


**La transparencia del Partido Popular y Ciudadanos en sus sitios web.
Análisis de las campañas electorales de 2015 y 2016**
*The transparency of Popular Party and Ciudadanos on their websites.
Analysis of the electoral campaigns of 2015 and 2016*

María Díez-Garrido
maria.diez.garrido@uva.es 
Universidad de Valladolid

Recibido: 25/10/2016

Aceptado: 04/01/2017

RESUMEN

La sociedad digital demanda una mayor transparencia institucional y política, influida por la apertura y accesibilidad características de Internet. La campaña electoral es la época para que los partidos políticos demuestren de qué forma quieren actuar en el Gobierno. Este trabajo de investigación pretende analizar qué dicen los partidos sobre su compromiso con la transparencia y cuán transparentes son, en realidad, durante la campaña electoral. Así, pretende medir el nivel de transparencia del Partido Popular y Ciudadanos durante las campañas electorales de 2015 y 2016 para las Elecciones Generales. Para ello, se abordó un análisis de contenido cuantitativo y semi-cualitativo a partir del proyecto de Dader, Campos y Quintana (2011) sobre la transparencia de organización, la transparencia de la actividad de campaña, la transparencia de la participación con los ciudadanos, la transparencia de datos y de instrumental informático y el portal de transparencia. Los resultados permiten observar una mejora entre las Elecciones de 2015 y las de 2016, así como las diferencias entre aquello que proclaman en sus programas electorales y la realidad de sus portales de transparencia, que aún deben mejorar en los próximos años.

PALABRAS CLAVE

Transparencia, campaña electoral, partidos políticos, páginas web

ABSTRACT

The digital society demands greater institutional and political transparency, influenced by the openness and accessibility characteristics of the Internet. The election campaign is the time for political parties to show how they want to act in government. This research aims to analyze what the parties say about their commitment to transparency and how transparent they are, in fact, during the electoral campaign. Thus, it tries to measure the level of transparency of Partido Popular and Ciudadanos during the election campaigns of 2015 and 2016 for the General Elections. For this, a quantitative and semi-qualitative content analysis was approached from the project of Dader, Campos and Quintana (2011) on the transparency of the organization, the transparency of the campaign activity, the transparency of the participation with the citizens, Transparency of data and computer tools and the transparency portal. The results allow us to observe an improvement between 2015 and 2016, as well as the differences between what they proclaim in their electoral programs and the reality of their portals of transparency.

KEY WORDS

Transparency, election campaign, political parties, web sites

1. MARCO TEÓRICO

LA TRANSPARENCIA: ORÍGENES, DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Los gobiernos necesitan ser transparentes para ser íntegros y eficaces. Así lo describe Armstrong (2005), que defiende que la transparencia debe implicar un consenso entre la sociedad civil, el sector empresarial y los gobiernos. Esta autora asegura que es fundamental que un gobierno sea transparente y rinda cuentas para evitar problemas como la corrupción, cuyos efectos pueden ser muy costosos para la ciudadanía. De este modo, Armstrong afirma que es necesario educar en transparencia en todos los sectores.

El concepto de transparencia no es nuevo, aunque su auge se ha producido en los últimos años con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información. Desde que Barack Obama pronunciara su famoso *Memorando por la Transparencia y el Gobierno Abierto* en 2009 en su primer día como presidente de los Estados Unidos el término se ha extendido y las innovaciones en torno a la transparencia se han multiplicado (McDemott, 2010). Así, la transparencia se ha convertido en uno de los ideales máspreciados en la sociedad contemporánea y la mayor parte de los gobiernos aseguran que aspiran a ser transparentes (Christensen y Cheney, 2015).

Uno de los problemas de este concepto es que es ambiguo y abstracto, según indica Ramírez-Alujas (2011). Él entiende que «un gobierno transparente proporciona información sobre lo que está haciendo, pone a disposición sus fuentes y bases de datos, y publica los planes de actuación por los que puede ser considerado responsable frente a la sociedad. Ello fomenta y promueve la rendición de cuentas ante la ciudadanía y un permanente control social, al mismo tiempo que refuerza la confianza, la cohesión social y el fortalecimiento institucional» (Ramírez Alujas, 2011:5-6).

En esta investigación se entenderá transparencia como «el esfuerzo por difundir y publicar la información relevante de la organización, haciéndola accesible a todos los grupos de interés de manera clara, permanente y actualizada» (Barrio, Cavanna y Martisi, 2012:9). Para ello, los autores consideran indispensables la visibilidad, accesibilidad, actualidad y comprensibilidad de la información.

El auge de la transparencia va íntimamente ligado al de las nuevas tecnologías, según señalan la mayor parte de los autores (Guillamón et al, 2016; Bonsib et al, 2012; Bertot et al., 2010). De hecho, una gran parte de países con leyes de transparencia las han materializado a través de Internet y las nuevas tecnologías y esto, a su vez, ha permitido desarrollar un gobierno electrónico más potente (Bertot et al., 2010). «Las TIC pueden reducir la corrupción, promoviendo el buen gobierno y el fortalecimiento de las iniciativas orientadas a la reforma, la reducción potencial de los comportamientos corruptos, la mejora de las relaciones entre los empleados del gobierno y los ciudadanos, lo que permite que los ciudadanos sigan, supervisen y controlen los comportamientos de los empleados del gobierno» (Shim y Eom cit. Bertot et al., 2010:265).

McDemott (2010) señala que la transparencia la conforman la rendición de cuentas o *accountability*, así como la información que publicitan las instituciones –generalmente

de forma *online*– para que sus ciudadanos sepan qué es lo que hace el Gobierno u organización que corresponda. Para Armstrong (2005), no se entiende transparencia sin rendición de cuentas, ni se entiende la rendición de cuentas sin permitir un acceso a la información.

Pineda y Marques (2015), citando a Atkusu y Pinho (2002), aseguran que «el concepto de *accountability* implica una relación bilateral en la que la primera parte transfiere responsabilidad para que la segunda realice la gestión de los recursos y de sus intereses; y simultáneamente, crea la obligación en aquel que gestiona los recursos de prestar las cuentas probando el buen uso de esos recursos» (Atkusu y Pinho cit. Pineda y Marques, 2015:38).

Este concepto se materializa a través de la creación de portales de transparencia por parte de aquellas instituciones u organizaciones que quieran mostrarse transparentes a los ciudadanos (Matheus et al., 2010). «Los portales de transparencia promueven, por un lado, la innovación usando (o reutilizando) los datos públicos como catalizador de nuevas aplicaciones y servicios y, por tanto, transforma a los gobiernos de proveedores de servicios a gestores de plataformas (permitiendo que otras entidades y/o usuarios, utilizando los datos públicos liberados, puedan crear nuevas prestaciones en la Web, generar nuevas actividades económicas y agregar valor público). Por otro lado, devolviendo a los ciudadanos los datos que son financiados por ellos mismos, incrementando así la transparencia, la rendición de cuentas y el escrutinio público permanente» (Ramírez Alujas, 2011:6).

LA WEB 2.0 Y SU INFLUENCIA EN LA TRANSPARENCIA

Adaptar la política a la Web 2.0¹ supone «reconocer al ciudadano en el centro de la gobernación colectiva, teniendo en cuenta la disponibilidad de una nueva generación de herramientas tecnológicas que prestan su apoyo a la interacción de los ciudadanos con los responsables políticos dentro de la esfera digital, aunque con connotaciones potencialmente diferenciadas respecto la actividad tradicional» (Barrelo et al., 2006:4). Así pues, la Política 2.0 es el sistema político adaptado a las características fundamentales de la Web 2.0, es decir, con el uso de herramientas tecnológicas.

Lathrop y Ruma (2010) manifiestan que las redes sociales han sido fundamentales para impulsar iniciativas relacionadas con la transparencia. Esto se debe a que las redes sociales han facilitado el proceso de comunicación entre los ciudadanos y los políticos. No solo permiten seguir de forma más accesible los pasos de los gobernantes, sino también acceder a la información publicada *online* (Lathrop y Ruma, 2010).

Las páginas web y los medios sociales han creado en la sociedad un ambiente de sobreabundancia informativa, ya que existen datos y razonamientos ilimitados en la Red (Serrano-Puche, 2013). Es necesario que esta información se ordene y almacene para que su gestión sea más eficiente y ahí es donde la transparencia tiene otro de sus papeles fundamentales.

1) Según Tim O'Reilly (2007), la Web 2.0 es el conjunto de páginas web cuya finalidad es facilitar la interactividad y la participación entre aquellos usuarios que la visitan. Esto no ocurría en la Web 1.0, donde las páginas web solo ofrecían datos e información y no formas de compartir el contenido o de ampliar el conocimiento, como la Web 2.0.

LA TRANSPARENCIA EN ESPAÑA

En el caso de España hay una normativa estatal que regula la transparencia y el acceso a la información. Se trata de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

Una gran parte de las investigaciones en este sentido aluden a que el país carece de una “cultura de la transparencia” (Gértrudix et al., 2016), aunque es cierto que en los últimos años esta se está viendo reforzada y las administraciones públicas cada vez están tomando más conciencia de la necesidad de abrirse a los ciudadanos. Al mismo tiempo, los ciudadanos están demandando cada vez más transparencia (Caridad y Martínez, 2015). Así lo demuestra la mencionada Ley de Transparencia nacional y las numerosas normativas que han surgido en las diferentes Comunidades Autónomas y también a nivel local y provincial.

En este marco legislativo, se defiende que «la transparencia, el acceso a la información pública y las normas de buen gobierno deben ser los ejes fundamentales de toda acción política». Para ello, se creó un Portal de Transparencia (www.transparencia.gob.es) en el cual el Gobierno pretende hacer una labor de publicidad activa, es decir, publicar aquellos datos de índole pública «cuyo conocimiento pueda ser relevante para garantizar la transparencia de su actividad relacionada con el funcionamiento y control de la actuación pública»².

La Ley de Transparencia no obliga a cumplir sus artículos solamente a las instituciones públicas españolas– del carácter que sean–, sino que además señala que el artículo relacionado con la publicidad activa es aplicable también para partidos políticos, sindicatos y empresas.

En cuanto a la regulación concreta de la transparencia de los partidos políticos, la responsable es la Ley Orgánica 3/2015, de 30 de marzo, de control de la actividad económico-financiera de los Partidos Políticos por la que se modifican la Ley Orgánica 8/2007, de 4 de julio, sobre financiación de los Partidos Políticos, la Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos y la Ley Orgánica 2/1982, de 12 de mayo, del Tribunal de Cuentas. Esta normativa regula las donaciones a formaciones políticas y la obligación de hacer pública esta información. De este modo, se declara que la financiación se debe basar en los principios de transparencia y acceso a la información.

LAS WEBS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

El uso de Internet por parte de los políticos comenzó años antes de que la Red fuese tan global como en la actualidad. A finales de los años 90, según reflexiona Fages-Ramió (2008), los partidos españoles ya contaban con páginas web con foros y chats para dialogar con los candidatos en ciertas etapas de las campañas electorales.

Siguieron evolucionando y en 2004, los partidos publicaban noticias durante la campaña electoral, así como otros elementos promocionales. Entonces, contaban con un importante desarrollo. En 2008 alcanzaron una gran relevancia los blogs de

2) Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno. Información disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12887.pdf>. Consultado el 13 de septiembre de 2016.

los candidatos dentro de las páginas web de los partidos políticos (Dader et al., 2013). Los blogs comenzaron a ponerse de moda en 2003, pero en 2008 se integraron a las páginas webs de los partidos políticos y/o de los candidatos (Farges-Ramió, 2008).

En 2011 las webs presentan mayor número de elementos visuales y una mayor simplicidad de la estructura. Algunos partidos, como UPyD, comienzan a introducir una sección propia para la transparencia (Dader et al. 2013). Desde entonces, se ha convertido en una sección habitual en todas las páginas webs de los partidos políticos, especialmente desde la aprobación de la Ley de Transparencia y Buen Gobierno, ya que obliga a las formaciones a hacer públicas sus cuentas en sus páginas web.

En esto han influido también diversas fundaciones políticas y organizaciones como Transparencia Internacional y la Fundación Compromiso y Transparencia, que han presionado con sus informes anuales a las formaciones políticas para que publiquen más información en sus webs. Precisamente esta última ha reforzado sus indicadores en los últimos años, según señalan en el informe del pasado año, que han impulsado a los partidos a continuar evolucionando en este sentido (Cavanna y C. Martisi, 2015).

2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

La finalidad de este trabajo de investigación es comprobar el nivel de transparencia del Partido Popular y Ciudadanos durante las Elecciones Generales del 20 de diciembre de 2015 y del 26 de junio de 2016. Así, los objetivos principales son: estudiar los elementos relativos a la transparencia presentes en los programas electorales; (2) comparar los niveles de transparencia de los dos partidos seleccionados; y (3) comprobar los cambios en la transparencia entre la campaña de 2015 y de 2016.

La comparación de estos partidos tiene diferentes intereses. Esta investigación pretendía establecer una comparación entre un partido perteneciente al bipartidismo tradicional y uno de los 'nuevos partidos'. En este sentido, el PP es uno de los dos grandes partidos tradicionales, que ha estado en el poder durante los últimos años; mientras que Ciudadanos es uno de los partidos llamados 'regeneracionistas', que obtuvo una gran relevancia nacional tras las Elecciones Europeas de 2014.

Para ambas formaciones la transparencia comprendía un valor relevante. De este modo, el PP fue el que propuso y aprobó la Ley de Transparencia y Buen Gobierno, lo que suscitó el rechazo de toda la oposición, que la consideró "insuficiente". El PP ha sido, además, objeto de muchos ataques que han acusado al partido de falta de transparencia, especialmente con motivo de diversos casos de corrupción³, aunque también ha sido destacado por la organización Dyntra⁴ como el partido más transparente. En cuanto a Ciudadanos, el partido ha utilizado la transparencia como una de sus señas de identidad y ha sido premiado en este sentido por la ONG Transparencia Internacional, ya que le otorgó un 10⁵. La transparencia, por tanto, es un elemento de necesario análisis en ambos partidos.

3) Fuente: http://politica.elpais.com/politica/2013/09/12/actualidad/1378987190_648012.html Consultado el 13/01/2017

4) Fuente: <http://www.dyntra.org/ranking-transparencia-de-partidos-politicos-de-espana/> Consultado el 12/01/2017

5) Fuente: http://webantigua.transparencia.org.es/partidos_politicos/evaluacion_partidos_2015/tabla_valoraciones_partidos_2015.pdf Consultado el 13/01/2017

A esto se suma un ideario similar entre ambas formaciones. Desde la campaña electoral de 2015, Ciudadanos se había comprometido a invertir al candidato del PP si ganaban las elecciones, por lo que un pacto entre ambas formaciones resultaba muy probable⁶. Así, también resultaba interesante conocer las similitudes y diferencias en transparencia de los partidos que probablemente alcanzaran una importante relevancia mediática –por el posible pacto– tras las elecciones.

Teniendo en cuenta estas cuestiones, se plantearon varias hipótesis:

H1. La transparencia de los partidos analizados mejorará en las Elecciones de 2016 respecto a las de 2015.

Se entiende que las formaciones harán lo posible por mejorar su imagen de cara al electorado con el objetivo de mejorar los resultados electorales de los anteriores comicios. Los partidos tuvieron seis meses para poder mejorar la disposición de la página web y así aumentar los niveles de transparencia.

H2. Ambas formaciones tendrán un nivel de transparencia aceptable, según el análisis propuesto.

Esta hipótesis se fundamenta en que ambos partidos políticos han sido destacados en diferentes ocasiones como transparentes en varios indicadores especializados en la materia y, en ocasiones, se han encontrado en lo más alto de los ranking. Se trata de estudios de la Fundación Compromiso y Transparencia⁷, de Transparencia Internacional⁸ y de otras organizaciones, como Dyntra, como ya se ha mencionado anteriormente. En este sentido, se considera que ambos partidos superarán el 50% de los puntos que se pueden alcanzar en el análisis de contenido.

H3. Ciudadanos contará con una puntuación de su nivel de transparencia más elevada que el PP, según los criterios que se explicarán en la metodología.

El motivo para que esta hipótesis haya sido planteada es que precisamente Ciudadanos ha presumido en numerosas ocasiones de ser el partido más transparente, no solo en su programa electoral⁹, sino también durante la campaña y en apariciones mediáticas¹⁰. Además, Ciudadanos recibió un 10 en transparencia de la ONG Transparencia Internacional en 2015¹¹, por encima del PP, que obtuvo una valoración general de un 8.

3. METODOLOGÍA

Con los objetivos marcados en el epígrafe anterior, se procedió a realizar dos recogidas de los datos de las páginas web de los partidos políticos, con motivo de la repetición de las Elecciones Generales. Así, se recogió información el día posterior a los primeros y a

6) Fuente: <http://www.elmundo.es/espana/2015/12/18/5674016c46163f1e228b4629.html> Consultado el 13/01/2017

7) Fuente: <http://www.compromisoempresarial.com/transparencia/2015/05/upyd-y-psoe-lideran-el-ranking-de-transparencia-de-partidos-y-alfonso-perales-y-faes-el-de-fundaciones-politicas/> Consultado el 12/01/2017

8) Fuente: http://webantigua.transparencia.org.es/partidos_politicos/evaluacion_partidos_2015/tabla_valoraciones_partidos_2015.pdf Consultado el 12/01/2017

9) Fuente: www.ciudadanos-cs.org/nuestro-proyecto. Consultado el 10 de octubre de 2016.

10) Fuente: www.politica.elpais.com/politic/2016/05/12/actualidad/1463047590_406823.html. Consultado el 10 de octubre de 2016.

11) Fuente: www.elconfidencial.com/espana/2015-04-29/psoe-ciudadanos-informe-transparencia-internacional_785377/ Consultado el 10 de octubre de 2016.

los segundos comicios (21 de diciembre 2015 y 27 de junio de 2016). Se eligió tal día, ya que se deduce que la información todavía está disponible en las webs, y se entiende que al término de campaña habrán alcanzado el nivel máximo de transparencia de campaña. Además, también se almacenaron todos los programas electorales.

A continuación, se realizó un análisis semi-cuantitativo, con algunas variables cualitativas, que se dividió en varios apartados. Cada elemento se midió con un 0 (no cumple), un 1 (cumple en parte) y un 2 (cumple completamente).

El primer nivel mide la “identificación organizacional básica y vías de contacto”. Se tuvieron en cuenta los datos básicos de identificación de la formación política, de forma que se codificó la facilidad que los usuarios tienen para contactar con el partido que se está analizando. La máxima puntuación de este apartado por cada periodo electoral es 20.

El segundo nivel mide la “identificación organizacional de responsabilidad y procedimientos”. Se analizaron cuestiones de responsabilidad organizacional presentes en la web y los procedimientos de los partidos. Se estudió lo que el partido cuenta en la web acerca de su funcionamiento interno (valores ideológicos, estatutos, códigos, datos históricos, nombre de los principales cargos). La máxima puntuación de este apartado por cada periodo electoral es 38.

El tercer nivel es el que se refiere a “la transparencia en la actividad de campaña”. Se estudió la presencia en la página web de las listas electorales, el currículum de los candidatos, el presupuesto de la campaña, la recaudación de donativos, etc. La máxima puntuación de este apartado por cada periodo electoral es 18.

El cuarto nivel mide la transparencia en “el diálogo con los ciudadanos”. Se tuvo en cuenta el debate existente con los usuarios en la página web. Así, se codificó si existía un tablón para que los ciudadanos se expresasen, si el programa electoral estaba disponible para descargarse, si había un documento con las principales propuestas (programa electoral sintético) y si se menciona el proceso de elaboración del programa, entre otras cuestiones. La máxima puntuación de este apartado por cada periodo electoral es 20.

El quinto nivel mide la “apertura del instrumental informático”. En este sentido fue necesario conocer la accesibilidad para personas discapacitadas, la apertura de documentos, la existencia de versión de la web para teléfonos móviles y la presencia de formatos reutilizables. La máxima puntuación de este apartado por cada periodo electoral es 8.

Por último, el sexto nivel mide la transparencia en “el portal de transparencia”. Se estudió si tenía una sección propia, si mencionaba la Ley 19/2013, si existe un catálogo de datos abiertos, si existen indicadores de cumplimiento de transparencia, si existe información sobre los recursos que se dedican a la transparencia, etc. La máxima puntuación de este apartado por cada periodo electoral es 20.

La información fue trabajada por dos codificadoras y se ha trabajado con el programa Excel. En este sentido, se ha considerado que, si el partido no alcanzaba el 50% de los posibles puntos, el resultado es bajo o suspenso. Además, se tuvo en cuenta que por debajo del 25% es una transparencia muy deficiente. Entre el 50 y el 60%, se trata de una transparencia básica. Entre 60 y 70%, se trata de una transparencia intermedia. Entre 70 y 90%, es una transparencia notable. Entre el 90 y el 100% es una transparencia sobresaliente.

4. RESULTADOS

A continuación, se detallarán los resultados de este trabajo de investigación. Es importante señalar la estructura de las webs de ambos partidos, todas ellas analizadas:

La web del PP es <http://www.pp.es/>. En dicha web se encuentra el portal de transparencia (<http://www.pp.es/transparencia>). Existe también la web <http://popular.es/> para afiliados. En las elecciones del 26J crearon otras dos páginas web: <http://www.ahoramasquenunca.es/> (con el programa electoral y una comparación de él con otros programas de otros partidos) y <http://www.cumpplimos.es/> (donde explican el porcentaje de medidas cumplidas en pasadas legislaturas).

La página web del candidato antes era www.rajoy.es, aunque ese enlace ahora (y desde las elecciones del 20D) redirige a su página de Facebook <https://www.facebook.com/Mariano-Rajoy-Brey-54212446406/>.

La página oficial de Ciudadanos es <https://www.ciudadanos-cs.org/>. El candidato también contaba con la web <http://albertrivera.es/>. El portal de transparencia está en la página principal (<https://www.ciudadanos-cs.org/transparencia>). También existe la web <http://movciudadano.es/>, con las propuestas de gobierno.

LA TRANSPARENCIA EN LOS PROGRAMAS ELECTORALES

Para la realización de este trabajo, se realizó una lectura en profundidad de los programas electorales de ambas formaciones políticas. Tanto el Partido Popular como Ciudadanos hacían mención a la transparencia como parte de sus proyectos.

El PP realizó varios documentos: «Las 26 medidas para el 26J» y el programa electoral completo. En este último hay hasta 36 menciones de la palabra «transparencia», que va acompañando a distintas promesas que realizan al electorado. De este modo, se comprometen a dotar «a los productos financieros del mayor grado de transparencia y conveniencia para el usuario, facilitando su capacidad para tomar decisiones informadas».

Asimismo, el PP asegura en el programa que quiere mejorar la transparencia bancaria y la sanitaria, la de la contratación pública y la de los servicios sociales. En muchos apartados, el PP usa la «transparencia» como sinónimo de «eficacia».

En el documento de «Las 26 medidas para el 26J» son precisamente las tres últimas medidas del folleto las que se refieren al concepto que se estudia en este trabajo.

El epígrafe está titulado «+Transparencia y Regeneración», en consonancia con la campaña positiva que realizó la formación popular, cuyo lema era «A favor».

El PP promete, entre otras cuestiones, reducir los aforamientos, no conceder indultos y recuperar «hasta el último euro robado» por los políticos corruptos. También hace referencia a la unidad de España y a la necesidad de que gobierne la lista más votada. Así, en este último documento, la transparencia se utiliza en un sentido más global y no como se ha explicado en este trabajo.

Imagen 1. Programa del Partido Popular

A FAVOR DE LA
+ TRANSPARENCIA Y REGENERACIÓN

24 Defendemos la **unidad de España** como nación de ciudadanos libres e iguales y sólo pactaremos con los que defiendan estos principios.

25 Todos los **Altos Cargos que sean encausados por un delito de corrupción cesarán en su puesto** cuando se les abra **juicio oral**. Reduiremos los **aforamientos** de los cargos electos y nunca concederemos **indultos** a los condenados por corrupción. Nos aseguraremos de **recuperar hasta el último euro robado**.

26 Promoveremos una reforma electoral para que gobierne la **lista más votada en el ámbito municipal** y nos comprometemos a respetar la costumbre de que **sólo forme gobierno la opción más votada**.

SIGUE AQUÍ LA CAMPAÑA

Fuente: www.pp.es

Es necesario destacar también que la transparencia estuvo presente también en las negociaciones durante la segunda campaña electoral, en la que especialmente el PP hizo hincapié en su intención de ser más transparente¹².

Por su parte, Ciudadanos presentó en su página web sus «350 soluciones para cambiar España a mejor», en el que hay un total de 21 menciones a la palabra «transparencia». En varios puntos, Ciudadanos alude al término estudiado para hablar de la importancia de la independencia de las instituciones (separar las funciones de Competencia y Regulación; prohibir cláusulas financieras oscuras; etc). C's también promete garantizar un portal de transparencia Sanitaria y reformar la asistencia farmacéutica para garantizar la rendición de cuentas.

Además, Ciudadanos también promete lo siguiente, en relación a lo que se ha subrayado en el marco teórico:

- Intensificar los procesos de información pública para que los ciudadanos conozcan los proyectos

12) Fuente: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/rajoy-insta-coger-bandera-transparencia-lucha-contracorrupcion-5114411> Consultado el 16/01/2017

- Potenciar las redes de telecomunicaciones y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Apoyar su despliegue y el crecimiento de la conectividad así como una mayor transparencia en el acceso a la información.
- Garantizaremos la transparencia y la buena gestión en la contratación pública
- Garantizaremos, mediante ley, la transparencia económica de los partidos. Exigiremos el desglose y el detalle adecuado de ingresos y gastos, y prohibiremos las donaciones a las fundaciones vinculadas a los partidos de empresas y directivos de empresas que tengan relación económica o de supervisión con las Administraciones.

Imagen 2. Programa de Ciudadanos

- 245.** Potenciaremos la Oficina Nacional de Evaluación a través de la cual se establecerán las inversiones prioritarias de los nuevos Planes, centradas en el interés de los ciudadanos y el respeto al medioambiente. Las decisiones se tomarán en función de la rentabilidad socio-económica y financiera atendiendo a criterios objetivos de eficiencia, rentabilidad, evaluación continua y transparencia.
- 246.** Intensificaremos los procesos de información pública para que los ciudadanos conozcan los proyectos y exigiremos más transparencia en las concesiones.

Fuente: www.ciudadanos-cs.org

COMPARACIÓN ENTRE PARTIDOS Y ENTRE CAMPAÑAS ELECTORALES

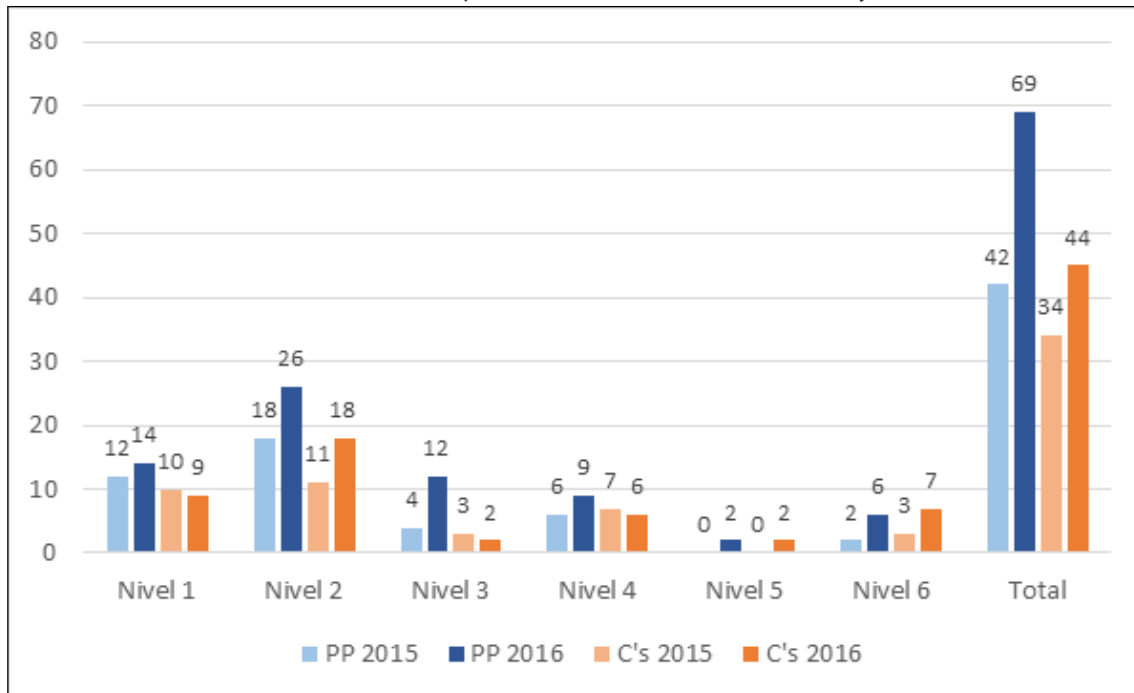
Tras realizar el análisis de las páginas web propuesto en la metodología de este trabajo, se pudieron observar diferentes resultados:

Ambos partidos obtuvieron mejores resultados en las Elecciones Generales de junio de 2016, con una clara superioridad del PP. Así, en las de 2015, ambas formaciones sumaron solamente 76 puntos (42 del PP y 34 de C's), mientras que en 2016 sumaron 114 (69 del PP y 45 de C's). Hubo una diferencia de 37 puntos entre unos comicios y otros.

La comparación entre ambos partidos tuvo un resultado sorprendente, ya que el Partido Popular fue muy superior a Ciudadanos. En este sentido, ambos partidos podían obtener un total de 248 puntos, sumando ambas campañas electorales. El PP obtuvo 111 y Ciudadanos, solamente 78.

Resulta muy significativo que ambos partidos suspendieron este análisis de la transparencia, ya que ninguno obtuvo el 50% de los posibles 248 puntos. Así, el PP obtuvo solamente un 44,7% y Ciudadanos, un 31,8%.

Tabla 1. Diferencia de la transparencia entre las Elecciones de 2015 y las de 2016



Fuente: Elaboración propia

NIVELES DE TRANSPARENCIA DE LAS WEBS

A continuación se pasará a explicar el resultado de cada apartado en el análisis propuesto en la metodología de este trabajo:

El primer nivel estudiaba la identificación básica de la organización y las vías de contacto presentes en la web. Ambas formaciones destacaron la vía de contacto general, contaban con un organigrama de la ejecutiva del partido y mencionaban las redes sociales de los principales miembros. Sin embargo, el PP destacó sobre Ciudadanos por ofrecerlo de forma más clara y diferenciar entre los diferentes comités de la ejecutiva. Ninguno de los dos partidos compartió información sobre el Gabinete de Comunicación.

El PP sacó una nota positiva en este apartado, con el 65% de los puntos que podía conseguir (26 de 40), respecto al 47,5% de Ciudadanos (19 puntos).

El segundo nivel se encargaba de estudiar la identificación organizacional de responsabilidad y procedimientos. El PP obtuvo el 57% (44 de 76) y Ciudadanos, el 38,1% (29). Aunque C's destacó por cómo presentó su historia, sus ideas y sus estatutos, falló en el modo de exponer la información sobre su equipo. No existía ningún apartado con los nombres de los diputados y los senadores elegidos (en el 26J, ya que anteriormente no contaban con representación), sino que solamente mencionaban a los diputados europeos, elegidos en 2014. Asimismo, no aparecían los representantes por áreas temáticas, ni por territorios. Esto no ocurrió en la página del PP, donde estos datos aparecían bien estructurados.

En tercer lugar, el siguiente nivel es en el que se analiza la actividad referente a la campaña electoral. Ninguno de los dos obtuvo la mitad de los puntos, aunque fue más deficiente el resultado de Ciudadanos, con un 13,8% (5 puntos de 36), respecto al 44,4% del PP (16 de 36). Ciudadanos solamente publicó la agenda de campaña y el presupuesto, mientras que el PP, hizo referencia en las segundas elecciones a los informes del Tribunal de Cuentas, a las facturas de la anterior campaña y a los detalles biográficos de los candidatos electorales.

Ambos partidos deben publicar de forma más clara el equipo de campaña, los asesores externos, los donativos obtenidos, entre otros.

El diálogo con los ciudadanos, es decir, el cuarto nivel, tampoco tuvo resultados positivos. El PP obtuvo un 37,5% (15 de 40) y C's, 32,5% (13 de 40), es decir, ambos suspendieron.

Aunque ambos partidos publicaron el programa electoral y una versión reducida, Ciudadanos solamente lo ofrecía en formato web y no de forma descargable, como el PP –aunque sí se podían descargar las medidas económicas–. Dejan que desear también las vías de expresión u opinión de los ciudadanos en la web. El PP solamente tuvo una vía a través de un formulario y solo para afiliados durante las segundas elecciones, mientras que Ciudadanos contó con una herramienta similar en ambos comicios.

Así, sería necesario incluir en la web una sección de debate con los ciudadanos, una mención al proceso interno de elaboración del programa, las vías de elaboración de la estrategia de campaña y otras cuestiones como el número de voluntarios con los que cuentan durante la campaña el número de visualizaciones de los contenidos audiovisuales.

El quinto nivel, sobre la apertura de instrumental informático, fue el peor para ambos partidos, cuyo resultado fue el mismo para los dos: 12,5%, una nota muy deficiente. De este modo, ni el PP ni C's contaron con accesibilidad a documentos sin restricciones, ficheros en formatos reutilizables, ni accesibilidad para personas con discapacidad AAA. Solamente cumplieron la existencia de una versión para dispositivos móviles durante las segundas elecciones.

Por último, el sexto nivel es un análisis del portal de transparencia de cada partido. Ambos resultados fueron negativos y es el único nivel en el que Ciudadanos (25%) superó al PP (20%).

Ambas formaciones contaban con un portal de transparencia bien separada. Sin embargo, solo el PP en las segundas elecciones hizo referencia al cumplimiento de la ley de transparencia, mientras que en las primeras no, ni C's tampoco.

Hubo algunos aspectos en los que los partidos se esforzaron durante las segundas elecciones respecto a las primeras. Los dos partidos incluyeron el 26J el tratamiento informativo de datos, con visualización de estos e infografías. Además, C's incluyó

un documento sobre el procedimiento interno para garantizar la transparencia del portal¹³.

Ciudadanos también incluyó una pequeña referencia a indicadores de cumplimiento de transparencia, aunque únicamente se trataba de una imagen con el 10 que le otorgó Transparencia Internacional.

Imagen 3. Portal de transparencia de Ciudadanos



Fuente: www.ciudadanos-cs.org

En este sentido, según el análisis planteado, falta que ambas formaciones publiquen también un catálogo de datos en formato reutilizable, información sobre los recursos económicos y personales destinados al portal, datos para que los usuarios puedan solicitar información a las formaciones, datos sobre el tiempo de respuesta o silencio informativo, así como el número de visitas, datos utilizados y descargados del portal.

Se puede resumir que el Partido Popular tuvo mejores niveles de transparencia que Ciudadanos salvo en el quinto (tuvieron el mismo) y el sexto (C's le superó). Además, la formación popular fue la única que 'aprobó' alguno de los niveles: el primero y el segundo, como se puede observar en la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 2. Puntos y porcentajes alcanzados en cada nivel de transparencia en cada campaña

NIVEL	PP 2015		PP 2016		TOTAL PP		C'S 2015		C'S 2016		TOTAL C'S		Máximo de puntos por nivel
1	12	60%	14	70%	26	65%	10	50%	9	45%	19	47,5%	20
2	18	47,3%	26	68,4%	44	57,8%	11	28,9%	18	47,3%	29	38,1%	38
3	4	22,2%	12	66,6%	16	44,4%	3	16,6%	2	11,1%	5	13,8%	18
4	6	30%	9	45%	15	37,5%	7	35%	6	30%	13	32,5%	20
5	0	-	2	25%	2	12,5%	0	-	2	25%	2	12,5%	8
6	2	10%	6	30%	8	20%	3	15%	7	35%	10	25%	20
TOTAL	42	33,8%	69	55,6%	111	44,7%	34	27,4%	44	35,4%	78	31,4%	124

Fuente: elaboración propia

13) Fuente: https://www.ciudadanos-cs.org/var/public/sections/page-transparencia/auditoria_interna_controlyauditoria.pdf?__v=235_0 Consultado el 15 de octubre de 2016.

5. CONCLUSIONES

Los resultados de este trabajo de investigación permiten extraer varias conclusiones acerca de la transparencia de los partidos políticos seleccionados durante las Elecciones Generales de 2015 y 2016.

En cuanto a la primera hipótesis, que plantea que la transparencia de los partidos analizados mejorará en las Elecciones Generales de 2016 respecto a las de 2015, los datos confirman que se cumple. En diciembre de 2015 el PP y Ciudadanos sumaron 76 puntos (42 del PP y 34 de C's), mientras que en junio de 2016 alcanzaron los 114 (69 del PP y 45 de C's). Hubo una diferencia de 37 puntos entre unos comicios y otros. Es decir, en esos seis meses, las dos formaciones mejoraron sus webs en el ámbito de la transparencia en un 33,3%. Ambos partidos contaron con un periodo de tiempo relativamente amplio para mejorar su imagen y, por tanto, desarrollar su transparencia.

Las formaciones no aprobaron el análisis propuesto en este trabajo, por lo que la segunda hipótesis no se cumple, ya que proponía que tendrían un nivel medio de transparencia. El Partido Popular solamente obtuvo un 44,7% de los posibles puntos y Ciudadanos, el 31,8%. Los datos resultan muy pobres, si además se tiene en cuenta que los partidos políticos están más interesados en dar una imagen de transparencia durante la campaña.

Estos datos también refutan la tercera hipótesis, que planteaba que Ciudadanos contaría con una puntuación de su nivel de transparencia más elevada que el PP, debido a la reputación con la que ya contaba Ciudadanos. Esto fue al revés y los resultados demuestran que el partido liderado por Mariano Rajoy superó en un 13,3% al presidido por Albert Rivera.

Los programas electorales de ambos partidos políticos prometen un panorama idílico respecto a la transparencia, aunque sobresale especialmente el de Ciudadanos. Así, Ciudadanos se compromete a aplicar este concepto en muchas áreas de la Administración Pública, como la Sanidad y la Contratación. El PP, en cambio, aunque hace referencia a la transparencia con el objetivo de que el Gobierno sea más eficaz, habla de ello en términos más generales y en el documento de las principales medidas que quieren realizar solamente menciona la sanción a aquellos políticos que han cometido delitos de corrupción, en lugar de hablar del portal de transparencia del Gobierno y de los distintos áreas, como sí hace Ciudadanos. Por tanto, es necesario que los partidos políticos conozcan en profundidad las aplicaciones que puede tener la transparencia y, además, lo cumplan.

Aun así, es relevante destacar la ligera mejora entre las elecciones de 2015 y las de 2016. La presión mediática y ciudadana recibida por las formaciones políticas entre ambos periodos pudo influir en que ambos partidos realizaran un esfuerzo por desarrollar la transparencia con el objetivo de que su imagen mejorara también. Asimismo, la irrupción de nuevos partidos políticos en las Cortes Generales implica una mayor rivalidad, que hace que todos quieran obtener los mejores resultados y luchen por tener mejor reputación que los demás. La transparencia ayuda a conseguir

la confianza de los ciudadanos, por lo que se podría tratar de una estrategia tanto para conseguir nuevos votantes como para mejorar el acceso a la información y cumplir con los principios que defienden en sus idearios.

Se puede concluir que, aunque ambos partidos hayan mejorado el nivel de transparencia entre unos comicios y otros, aún queda mucho trabajo por hacer. La apertura de información del PP y Ciudadanos deja todavía mucho que desear si quieren llegar a un grado positivo y alcanzar un ideal de transparencia, acorde a lo que demandan los ciudadanos en la actualidad y a lo que ellos prometen a sus votantes.

Este proyecto se ha limitado a estudiar los casos de Ciudadanos y del Partido Popular, pero será interesante observar a todos los partidos del panorama nacional en futuras investigaciones. Los nuevos espacios de difusión que surgen cada día en Internet suponen también nuevos retos en la investigación de la transparencia de los partidos políticos. En un futuro próximo, se pretende estudiar el papel de las redes sociales y de los medios de comunicación en el desarrollo del acceso a la información y la rendición de cuentas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armstrong, E. (2005). "Integrity, transparency and accountability in public administration: Recent Trends, Regional and International Developments and Emerging Issues". Disponible en: <http://www.insightsonindia.com/wp-content/uploads/2013/09/integrity-transparency-un.pdf> (Consulta: 28 de octubre de 2016)

Barrio, E.; Martín-Cavanna, J.; y Martisi, B. C. (2013). *Transparencia, el mejor slogan 2012. Informe de transparencia en la web de los partidos y fundaciones políticas*. Madrid: Fundación Compromiso y Transparencia

Boletín Oficial del Estado (2013) *Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno*. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12887.pdf> (Consulta: 18 de octubre de 2016).

Boletín Oficial del Estado (2015). Ley Orgánica 3/2015, de 30 de marzo, de control de la actividad económico-financiera de los Partidos Políticos. Disponible en: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-3441 (Consulta: 16 de enero de 2017)

Bonsón, E.; Torres, L.; Rayo, S., y Flores, F. (2012). "Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities". En *Government Information Quarterly*, vol. 29, pp 123–132

C. Martisi, B. (2015) UPyD y PSOE lideran el ranking de transparencia de partidos y Alfonso Perales y FAES, el de fundaciones políticas. *Compromiso Empresarial*. Información disponible en: <http://www.compromisoempresarial.com/transparencia/2015/05/upyd-y-psoe-lideran-el-ranking-de-transparencia-de-partidos-y-alfonso-perales-y-faes-el-de-fundaciones-politicas/> (Consulta: 12 de enero de 2017)

Caridad Sebastián, M. y Marínez Cadama, S. (2016). "Gobierno y Parlamento abierto: la participación ciudadana en el tratamiento y visualización de la información pública". En *Revista Interamericana de Bibliotecología*, vol. 39, pp. 47–56.

Cavanna, J. y C. Martisi, B. (2015) *Transparencia, el mejor eslogan 2015. Informe de transparencia en la web de los partidos y fundaciones políticas*. Madrid: Fundación Compromiso y Transparencia.

Christensen, L. T. y Cheney, G. (2015). "Peering into Transparency: Challenging Ideals, Proxies, and Organizational Practices". En *Communication Theory*, vol. 25, pp. 70–90.

Dader, J. L.; Campos-Domínguez, E.; y Quintana Paz, N. (2011). "Las webs de los partidos en la campaña de 2011: Una panorámica cualitativa de su actividad y un análisis cuantitativo de su transparencia". En: Crespo Martínez, I.: *Partidos, medios y electores en proceso de cambio: las elecciones generales españolas de 2011*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 239-274.

Díez, A. (2013) "El PP aprueba la Ley de Transparencia sin el PSOE, con el PNV y CiU". *El País*. Información disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2013/09/12/actualidad/1378987190_648012.html (Consulta: 13 de enero de 2017)

Dyntra (2015) "Ranking transparencia de partidos políticos de España". Información disponible en: <http://www.dyntra.org/ranking-transparencia-de-partidos-politicos-de-espana/> (Consulta: 12 de enero de 2017)

El Periódico (2016) "Mariano Rajoy insta al PP a coger la bandera de la transparencia y la lucha contra la corrupción". *El Periódico*. Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/rajoy-insta-coger-bandera-transparencia-lucha-contracorrupcion-5114411> (Consulta: 16 de enero de 2017)

Esteban, P. (2016) "Transparencia Internacional baja el listón y regala un 10 al PSOE y a Ciudadanos". *El Confidencial*. Disponible en: http://www.elconfidencial.com/espana/2015-04-29/psoe-ciudadanos-informe-transparencia-internacional_785377/ (Consulta: 18 octubre 2016).

Fages-Ramió, R. (2008). "Actitud 2.0: la política más allá de los blogs". En *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, vol. 7, pp. 19-25.

Dader, J.L.; Campos, E.; y Quintana, N. (2013). "Las webs de los partidos en la campaña de 2011: Una panorámica cualitativa de su actividad y un análisis cuantitativo de su transparencia". En: Crespo, I.: *Partidos, medios y electores en procesos de cambio. Las elecciones generales españolas de 2011*. Valencia: Tirant Humanidades, p. 249-284

Gértrudix, M.; Gertrudis-Casado, M.; y Álvarez-García, S. (2016). "Consumption of public institutions' open data by Spanish citizens". En *El profesional de la información*, vol. 25, pp. 535-544.

Guillamón, M.; Ríos, A., Gesuele, B.; y Metallo, C. (2016). "Factors influencing social media use in local governments: The case of Italy and Spain". En *Government Information Quarterly*, vol. 3, pp. 460-471.

Mateo, J. (2016). "Los afiliados de Ciudadanos reciben un anónimo que pide más transparencia y democracia interna". *El País*. Disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2016/05/12/actualidad/1463047590_406823.html (Consulta: 18 de octubre de 2016).

Matheus, R.; Ribeiro, M. M.; Vaz, J. C.; y de Souza, C. A. (2010). "Using internet to promote the transparency and fight corruption: Latin American transparency portals". Comunicación presentada en la IV International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance, Beijing, China, 25-28 de octubre.

McDermott, P. (2010). "Building open government". En *Government Information Quarterly*, vol. 27, pp. 401-413.

O'Reilly, T. (2007). "What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software". En *Communications & Strategies*, vol. 65, pp.17- 37.

Obama, B. (2009) "Memorandum Transparency and open government". Disponible en: https://www.whitehouse.gov/the_press_office/TransparencyandOpenGovernment (Consulta: 18 de octubre de 2016).

Pineda Nebot, C.; y Marques Ferreira, M. A. (2015). "El proceso de datos abiertos en Brasil y España: Aspectos positivos y dificultades". En *Cuadernos de Gobierno Y Administración Pública*, vol. 2, pp. 33-55.

Piña, R. (2015) "Ciudadanos permitirá investir a Mariano Rajoy si logra mayoría suficiente". *El País*. Información disponible en: <http://www.elmundo.es/espana/2015/12/18/5674016c46163f1e228b4629.html> (Consulta: el 13 de enero de 2017)

Ramírez-Alujas, Á. (2011). "Gobierno Abierto , Servicios Públicos 2.0 y Ciudadanía Digital: Notas para una nueva agenda de modernización de la gestión pública en Iberoamérica". En *GIGAPP Estudios Working Papers*, vol. 9, pp. 1-24.

Serrano-Puche, J. (2013). "Hacia una 'comunicación slow': El hábito de la desconexión digital periódica como elemento de alfabetización mediática". En *Trípodos*, vol. 34, pp. 201-214.

Stier, S. (2015). "Political determinants of e-government performance revisited: Comparing democracies and autocracies". En *Government Information Quarterly*, vol 32, pp. 270-278.

TransparenciaInternacional(2015)."Evaluación del nivel de transparencia de los partidos políticos (Abril 2015)". Información disponible en: <http://webantigua.transparencia.org>.

[es/partidos_politicos/evaluacion_partidos_2015/tabla_valoraciones_partidos_2015.pdf](#) (Consultado el 13 de enero de 2017)

Vázquez Sande, P. (2016): "Usos político-partidistas en cuentas de Twitter de administraciones públicas". En *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 71, pp. 484-507.

AGRADECIMIENTO

Esta investigación se enmarca dentro del proyecto de investigación "Las estrategias de campaña online de los partidos políticos españoles: 2015-2016", con referencia CSO2013-44446-R, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, dentro del Programa Estatal de I+D+i orientada a los Retos de la Sociedad.