

La transparencia de los partidos políticos como estrategia electoral. Una evaluación de sus promesas y sus páginas web

Political Parties' Transparency As an Electoral Strategy. An Evaluation of Their Promises and Their Websites

María Díez Garrido

Eva Campos Domínguez

Dafne Calvo

Universidad de Valladolid (España)



El escenario digital ha impulsado profundos cambios en el entorno político, entre los que se puede distinguir el impulso de la transparencia informativa. La transparencia se ha convertido en uno de los valores democráticos que los políticos quieren demostrar de cara a la ciudadanía, ya que es un signo de legitimidad, evolución y lucha contra la corrupción. Los partidos políticos han introducido la transparencia en sus discursos y argumentarios. Precisamente las formaciones tienen una reputación baja en cuanto a apertura informativa. Este artículo pretende estudiar la introducción de la transparencia en el discurso electoral de los partidos políticos. Para ello, se estudia la presencia de la transparencia en los programas electorales de las principales formaciones políticas españolas durante las últimas Elecciones Generales (2015 y 2016). A continuación, se realiza un análisis

The digital scenario has produced profound changes in the political environment, and transparency is part of this transformation. Transparency has become one of the most valued aspirations that politicians want to demonstrate to the public, as it is a sign of legitimacy, evolution, and the fight against corruption. Political parties have introduced transparency in their speeches and arguments. At the same time, political formations have a low reputation in terms of informative openness. This article aims to study the introduction of transparency in the political parties' electoral discourse. To this end, we explore the presence of transparency in the electoral programs of the main Spanish political parties during the last two General Elections (2015 and 2016). Next, we carry out a content analysis of their web sites, which aims to gain deeper insight into their level of informative

de contenido de sus páginas web, que pretende conocer su nivel de apertura informativa. Esta metodología nos permite descubrir si lo que promocionan las formaciones en los programas se relaciona con el desarrollo en sus páginas web. Los resultados muestran las diferencias entre los nuevos partidos y los tradicionales, así como la evolución entre unos comicios y los siguientes.

Palabras clave: partidos políticos, ciber campaña, páginas web, datos abiertos, rendición de cuentas.

openness. This methodology allows us to determine if Spanish political parties promote in their programs the same objectives that they put forward on their web sites. The results also show the differences between the new parties and the traditional ones, as well as their evolution between the General Elections in 2015 and 2016.

Keywords: political parties, cybercampaign, websites, open data, accountability.

España ha vivido en los últimos años una importante transformación en su escena política, caracterizada por la llegada de los llamados “nuevos partidos” (Lobera y Rogero, 2017) y por la ruptura del tradicional bipartidismo. Por este motivo, sumado a las numerosas innovaciones tecnológicas, las estrategias de comunicación política se han visto afectadas, especialmente durante la campaña electoral.

En este trabajo de investigación se estudia la transparencia como un elemento más de las estrategias de campaña de las formaciones. Al ser un periodo en el que los partidos están interesados en que sus mensajes lleguen a la sociedad, se ha considerado que las Elecciones Generales, tanto las de 2015 como las de 2016, son etapas adecuadas para analizar la apertura informativa de los partidos políticos en sus páginas webs, así como la presencia de la transparencia en el discurso de las formaciones.¹

Esta investigación se presenta, además, como un primer trabajo académico que compara la transparencia de las principales formaciones durante los comicios en sus plataformas digitales con una metodología cuantitativa, por lo que puede servir de referencia para futuras investigaciones.

1 Este artículo ha sido realizado en el marco del proyecto “Estrategias, agendas y discursos en las ciber campañas electorales: medios de comunicación y ciudadanos (2017-2020)” de la Universitat de València, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2016-77331-C2-1-R).

ESTADO DE LA CUESTIÓN

LA TRANSPARENCIA COMO FORMA DE DESARROLLAR LAS DEMOCRACIAS

La transparencia ha pasado a ser un elemento altamente valorado dentro del contexto democrático occidental y que puede servir para diagnosticar su desarrollo. Diversos autores han estudiado la relación entre la transparencia y la democracia (Hollyer *et al.*, 2011), e incluso esta se define a menudo como la solución a diversos problemas de la sociedad contemporánea (Christensen y Cheney, 2015), como son la desconfianza en las instituciones y la corrupción política.

Este concepto se puede entender como la apertura de información por parte de las instituciones públicas y de otras entidades sin restricciones, de forma que los datos que se aporten sean fiables y actualizados para que la ciudadanía pueda tomar decisiones responsables (Armstrong, 2005).

Los académicos tienden a destacar los aspectos positivos que son consecuencia de la transparencia. Ball (2009) subraya que la provisión de información mediante acciones abiertas puede prevenir la corrupción, uno de los males endémicos de las democracias contemporáneas.

Una de las consecuencias de la transparencia es precisamente la rendición de cuentas, que es la obligación de los políticos de cumplir sus promesas y hacerse responsables de sus decisiones (Harrison y Sayogo, 2014).

Es necesario resaltar la relación entre la transparencia y las nuevas tecnologías, pues actualmente no se pueden entender por separado. Margetts (2011) afirma que es indiscutible que internet mejora el potencial de la transparencia, especialmente en aquellas democracias donde está más extendido el uso de las herramientas digitales.

El interés por la transparencia en la Academia ha venido acompañado de la aprobación de normas legales que regulan el acceso a la información por todo el mundo, con la *Freedom of Information Act* (aprobada en 1966 y renovada por última vez en 2009) de Estados Unidos como uno de los referentes más importantes de la historia reciente (McDermott, 2010).

En España hubo que esperar hasta 2013 para que se aprobara la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, que permite acceder a información pública en el Portal de Transparencia, así como realizar peticiones de información a las Administraciones. El hecho de que esta norma tardase tanto tiempo en llegar respecto a otros países ya refleja la escasa cultura de la transparencia del país. La norma cuenta con un capítulo dedicado a la publicidad activa, en el que obliga a sujetos concretos a difundir diferentes tipos de datos. Entre estos agentes no solo se encuentran las instituciones públicas, sino también otros organismos como los partidos políticos y los sindicatos.

Desde entonces, la literatura académica española ha desarrollado un especial interés por esta materia y han surgido diferentes estudios. Algunos de estos trabajos se han centrado en el plano municipal, cuestión relevante para esta investigación puesto que a escala local los grupos políticos pueden desarrollar numerosas medidas relacionadas con la transparencia y la participación ciudadana y, por ello, se le ha dado prioridad (Fernández y Trabadelá, 2017).

LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y LA TRANSPARENCIA EN SUS PÁGINAS WEB

La transparencia de los partidos políticos ha sido insuficientemente estudiada en el ámbito académico, un hecho sorprendente en opinión de Fazendeiro y Razuoli (2016), pues las formaciones cuentan con un prestigio cuestionable, mientras que la transparencia se presenta como un fenómeno que puede devolver a la ciudadanía la confianza en los políticos.

La presencia de los partidos en internet para abrir su información nace de un interés por comunicarse de forma directa con el electorado sin ningún tipo de intermediario, además de una nueva forma de organizarse entre ellos, especialmente durante las campañas electorales (Gibson, 2015). Lo cierto es que, según Norris (2003), el principal objetivo de los partidos a la hora de potenciar la comunicación en internet es ganar votos.

Las páginas web de los partidos han experimentado una importante transformación a lo largo de su breve historia. El origen de estas plataformas se puede encontrar en Estados Unidos en los años noventa, pero en España llegó al final de esa misma década con objetivos principalmente electorales. En el año 2000 los principales partidos habían creado sus plataformas digitales, cuyas actividades más innovadoras habían sido foros y chats. Durante el inicio de la nueva década, las formaciones fueron creando blogs, donde expresaban sus opiniones de una forma abierta e incluso permitían realizar comentarios (Fages, 2008).

A partir de entonces y hasta finales de esa década, los políticos fueron integrando diferentes herramientas, como las galerías de fotos y los vídeos, aunque el verdadero salto en el plano audiovisual llegó con el *boom* de YouTube, según Fages (2008), que tuvo lugar alrededor de 2006. Posteriormente, se crearon redes sociales como Twitter y Facebook, que han dado paso a una nueva etapa en la que la blogosfera ha pasado a un segundo plano, al igual que las páginas web, que también han perdido protagonismo (Dader *et al.*, 2011). En 2011, los mismos autores destacaron la creación de una sección exclusiva para la transparencia por parte de UPyD, una iniciativa que más tarde siguieron todas las formaciones, como aseguran Dader y Campos (2017), en su estudio de las Elecciones Generales de 2015.

En el plano académico ha habido pocas investigaciones que se refieran directamente a la transparencia de los partidos políticos, aunque muchas sobre temas relacionados. Así, la información disponible en las webs como herramienta para comunicarse directamente con el electorado ha sido explorada por Dader *et al.* (2014), Larrondo (2016), Pérez *et al.* (2013) y Vaccari (2011) en el plano internacional.

Diversas organizaciones han impulsado desde hace años el desarrollo de la transparencia de los partidos políticos, a través de evaluaciones de la situación, convenios y distintas actividades, como es el caso de Transparencia Internacional² y de la Fundación Compromiso y Transparencia.³

2 Fuente: <<https://transparencia.org.es/evaluacion-del-nivel-de-transparencia-de-los-partidos-politicos-2017/>> (Consulta: 24/01/2018).

3 Fuente: <http://www.compromisoytransparencia.com/conocimientos/informes/index_2.html> (Consulta: 21/01/2018).

Tras la aprobación de la Ley de Transparencia, los partidos se convirtieron en sujetos obligados a cumplir con los principios de publicidad activa, de manera que deben publicar cierta información actualizada que se especifica en la normativa (BOE, 2013), como la información sobre su organización, estructura, principales cargos, sueldos de los altos cargos, cuestiones económicas, entre otras cuestiones. Aun así, la normativa no cuenta con ningún régimen sancionador en caso de que las formaciones no cumplan estas obligaciones.

Debido a la ausencia de estudios que se centren en la transparencia de los partidos resulta interesante realizar un análisis para conocer el estado de la transparencia de todas las principales formaciones españolas, especialmente durante los comicios electorales, cuando las formaciones quieren tener una mejor imagen.

OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

Este artículo pretende evaluar la transparencia de los partidos políticos durante las dos Elecciones Generales celebradas en España en dicho periodo, las primeras el 20 de diciembre de 2015 y las segundas el 26 de junio de 2016. De este modo, se encuadra la transparencia como una de las estrategias de campaña de los partidos políticos.

La elección de los comicios como fecha para evaluar la transparencia de las formaciones se relaciona con la noción de que en este periodo la actividad de los partidos en la web aumenta (Larrondo, 2016).

Para este análisis, se seleccionaron seis partidos por diferentes motivos: el Partido Popular, el Partido Socialista, Izquierda Unida y Unión Progreso y Democracia, por tener presencia en el Congreso de los Diputados antes de dichas Elecciones Generales; y Ciudadanos y Podemos, porque los sondeos de la intención de voto realizados por el CIS afirmaban que tenían amplias posibilidades de contar con escaños en el Congreso de los Diputados,⁴ especialmente tras los resultados obtenidos en las Elecciones al Parlamento Europeo de 2014 y en las Autonómicas y Municipales de 2015.

Se quiso comprobar si verdaderamente estos partidos eran transparentes en sus páginas web durante las jornadas electorales mencionadas y si habían realizado cambios de unos comicios a otros; así como también si los partidos tuvieron en cuenta la transparencia en sus respectivos programas electorales y en qué sentido, es decir, se pretendía saber si citaron la transparencia y si propusieron medidas relacionadas con la misma. De haber una coherencia entre la apertura informativa de sus webs y las iniciativas que sugieren en los programas electorales sobre la transparencia, las propuestas de las formaciones serían más creíbles y aportarían confianza al electorado. Este artículo se estructuró principalmente en torno a las siguientes dos hipótesis:

4 Según el CIS, Ciudadanos contaba con una estimación de voto del 19%, y Podemos, del 9,1%. Fuente: <http://datos.cis.es/pdf/Es3117mar_A.pdf> (Consulta: 14/02/2018).

Hipótesis 1. No existe coherencia entre las páginas web y los programas electorales.

Esta hipótesis se sustenta en la suposición de que los partidos políticos ofrecen las mejores expectativas posibles en cualquier materia y, especialmente, en lo que se refiere a transparencia, como forma de regeneración democrática.

Hipótesis 2. Los partidos políticos presentan un nivel bajo de transparencia.

Los motivos que argumentan esta hipótesis son los resultados que han tenido las formaciones en diversos informes mencionados a lo largo del artículo, en lo que se destaca la necesidad de mejora de los mismos. En este sentido, se consideró que un nivel aceptable de transparencia sería aquel que en el análisis de contenido obtenga más de un 50% de los elementos analizados.

También se trató de responder a las siguientes preguntas:

- ¿Existe alguna mejora en la transparencia en 2016 respecto a 2015?
- ¿Qué diferencias existen entre los partidos tradicionales y las nuevas formaciones?
- ¿Cuáles son los aspectos del análisis de transparencia que mejor se cumplen y los que menos?
- ¿Qué medidas proponen las formaciones en sus programas electorales?

Con el objetivo de responder a dichas preguntas de investigación, la metodología se dividió en dos partes. Por un lado, se examinaron de forma cuantitativa y cualitativa los programas electorales de los partidos políticos, con el fin de realizar una descripción de las referencias a la transparencia en los mismos. Se contabilizaron cuántas propuestas estaban relacionadas con el tema que se estudia y, a continuación, se examinaron cualitativamente estas propuestas para poder realizar un estudio descriptivo de cada formación y comprobar así los intereses de cada grupo político en cuanto a la apertura informativa.

Por otro lado, la segunda parte de la metodología consistió en un análisis semi-cuantitativo basado en un trabajo realizado por Dader, Campos y Quintana (2011). Para ello, se recogieron los datos necesarios al día siguiente a los comicios celebrados en 2015 (21 de diciembre) y 2016 (27 de junio) y se realizó dicho análisis. El análisis está dividido en seis niveles, que suman un total de 62 indicadores, por lo que la puntuación máxima es de 124. El primer nivel (10 indicadores) analiza los canales de contacto, el segundo (19) mide la publicación de información organizacional, el tercer nivel (18) estudia la información disponible sobre la campaña electoral, el cuarto (10) analiza el diálogo con el electorado a través de la página web, el quinto (4) estudia la apertura de las herramientas informáticas y el sexto nivel (10) evalúa el portal de transparencia dentro de la web del partido.

La decisión de realizar un análisis cuantitativo de las páginas web se justifica en que es un método ampliamente usado en el ámbito académico, ya que ha demostrado ser útil en la sistematización y análisis de las herramientas de las páginas web (Massunchin y Campos, 2016), así como en el estudio de su apertura informativa.

Es necesario indicar que al aplicar ambas metodologías se dio un caso particular debido al escenario político que se planteó tanto en las primeras como en las

segundas Elecciones Generales. Izquierda Unida se presentó a las primeras bajo la candidatura de Unidad Popular, por lo que se analizó el programa de dicha candidatura. Ante la imposibilidad de formar Gobierno, las Elecciones Generales se repitieron en junio de 2016, por lo que Izquierda Unida y Podemos pactaron y se presentaron como una sola formación: Unidos Podemos. Como ambos partidos fueron con el mismo programa electoral, se deberá tener en cuenta en los resultados de este trabajo, así como en las conclusiones. En cuanto a la web, en ambos comicios se analizó la de Izquierda Unida pues, a pesar de presentarse con el mismo programa que Podemos, mantuvo la página actualizada.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

LA TRANSPARENCIA EN LOS PROGRAMAS ELECTORALES DE LAS FORMACIONES ESPAÑOLAS

El programa electoral de Ciudadanos en 2015 supuso algunas complicaciones, ya que el pdf que se había descargado en el periodo de análisis no permitía el reconocimiento de texto, lo cual disminuía ya su transparencia. Además, si se pretende recuperar este pdf en la actualidad, es posible hacerlo desde la página web del partido.

En total, se detectaron cerca de 139 medidas relacionadas con la transparencia. La formación contó con un apartado dedicado exclusivamente a dichos temas, en el que se propuso hacer de la transparencia un derecho fundamental, dotar de más independencia al Consejo de Transparencia, eliminar ciertas trabas para las peticiones de información (como la solicitud de firma electrónica) y exigir la publicación de la ejecución presupuestaria en formatos reutilizables. Demostraron en este sentido un alto conocimiento de la normativa española y una voluntad de cambio de la misma.

Ciudadanos repitió en muchas ocasiones el adjetivo “transparente” y lo llegaron a utilizar en toda clase de propuestas, ya fueran de defensa, sanidad o transportes, cuando estas propuestas no tienen que ver necesariamente sobre la apertura informativa. Es decir, introdujeron este concepto en diversos campos de la política como uno de sus ejes transversales.

Izquierda Unida, por su parte, contó con dos programas ese año: uno de Unidad Popular (la candidatura con la que se presentaron a las Elecciones de 2015) y otro más extenso, el de IU en solitario. Para este estudio se analizó el de Unidad Popular, por tratarse del programa oficial de la candidatura.

En este documento se dieron únicamente 15 medidas que hablasen de la transparencia, por lo que se puede asegurar que no abusaron del uso de este concepto a lo largo del programa electoral. Trataban sobre el establecimiento de un sistema de información sanitaria, la publicación de las listas de esperas y la creación de auditorías para las externalizaciones de servicios. En definitiva, Unidad Popular realizó escasas propuestas relacionadas con el tema de estudio de este trabajo.

En el caso del Partido Popular, el programa de 2015 estaba dividido en compromisos de cara a la siguiente legislatura y medidas que se querían to-

mar. En relación a la transparencia hubo un total de 54 propuestas. En este texto, de 223 páginas, gran parte del contenido hacía referencia a los logros conseguidos en la anterior legislatura. Así, en relación a la apertura informativa, la formación presumió de haber aprobado la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno y de haber publicado una gran cantidad de datos. De cara al futuro, se comprometieron a formar a los funcionarios en materia de transparencia, a potenciar la Oficina de Conflicto de Intereses, a ampliar los registros del Portal de Transparencia y a fomentar la transparencia del Congreso de los Diputados en su web. El PP también propuso introducir nuevos datos en el catálogo ya existente, como en materia referente a la prevención de la contaminación atmosférica, la contratación pública y al Sistema Nacional de Salud.

El programa electoral del Partido Socialista en 2015 fue, sin duda, uno de los más completos en lo que se refiere a transparencia, con un total de 91 medidas relacionadas con el tema, ya sea directa o indirectamente.

Respecto a disposiciones concretas, el Partido Socialista promovió una democratización interna de los partidos políticos, la regulación de la actividad de los *lobbies*, la mejora de la transparencia de las instituciones europeas y un modelo de financiación transparente para las universidades.

En el texto, tras criticar la Ley de Transparencia actual, se comprometieron a modificar la norma, a transformar los portales web del Gobierno en espacios de Gobierno abierto, a incorporar el Gobierno abierto como temario necesario para acceder a la función pública, a primar la publicidad pública y establecer sanciones a quien no lo cumpla, y muchas otras medidas relacionadas con la transparencia y la participación ciudadana. En general, el PSOE demostró conocer bien los principios de la transparencia y la participación, y manifestó su voluntad de aumentar la transparencia de los partidos políticos.

La formación Podemos, por su parte, realizó 31 propuestas relacionadas de algún modo con la transparencia, el 7,8% del programa. Las medidas fueron muy variadas y tenían que ver con muy diferentes campos de la política, como en el caso de otras formaciones. Así, se propuso crear un portal *online* sobre investigación pública, la creación de un observatorio de defensa de la transparencia y una Ley de Universidades que garantice la transparencia.

Podemos defendió la reforma de la Ley de Transparencia, a la cual consideraron insuficiente. Por ello, quisieron incluir el acceso a la información como un derecho fundamental, mejorar la accesibilidad del Portal de Transparencia, disminuir los límites para realizar consultas y obligar a rendir cuentas a la Casa Real, al Consejo General del Poder Judicial, a los partidos políticos y sindicatos, entre otras propuestas. Así, la formación se expresó muy reivindicativa respecto a la norma actual, con una gran voluntad de querer reformarla.

En el programa de UPyD se contabilizaron 59 propuestas relacionadas con este tema. Esta formación contaba incluso con una sección completa dedicada a la transparencia y la lucha contra la corrupción. En dicho apartado había medidas muy relacionadas con ello y otras sin una conexión clara, al igual que en el caso de otros partidos, que se tuvieron en cuenta en este trabajo por encontrarse bajo ese título.

Entre las propuestas que sí estaban vinculadas directamente con la transparencia estaban el fomento de la publicidad de la actividad parlamentaria, la publicación del registro mercantil, la creación de una plataforma de datos abiertos, el desarrollo de la administración electrónica que permita consultas accesibles, la transparencia sanitaria y la inclusión de la Casa Real en la Ley de Transparencia.

De cara a las Elecciones Generales de 2016, Ciudadanos preparó un programa titulado *350 soluciones para cambiar España a mejor*, en el que proponía medidas para la siguiente legislatura. En este documento, se propusieron 40 puntos relacionados de forma directa o indirecta con la transparencia, lo que supone el 11,42% del programa. Entre las medidas propuestas fueron destacables las que tenían que ver con la lucha contra la corrupción y lo que ellos denominan el “capitalismo de *amiguetes*”, además de la mejora del sistema de financiación autonómica.

Sin duda, merece especial mención una de las cinco propuestas de Ciudadanos sobre la transparencia de los partidos políticos: “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” (Ciudadanos, 2016: 37).

El Partido Popular mantuvo el mismo programa que en 2015 tanto en contenido como en forma, salvo por el cambio del lema, de “España en serio” a “A favor”.

El caso del PSOE fue similar al del PP, pues mantuvo las propuestas del año 2015 de una forma literal, pero añadió una introducción en la que se explicaba su intención en las nuevas Elecciones Generales y declaraba algunos compromisos. En esta introducción se mencionó varias veces la intención de fomentar la transparencia y los socialistas presumieron, además, de ser el partido más valorado por Transparencia Internacional. Asimismo, la estética del programa también cambió respecto al año 2015.

Aunque Podemos no propuso tantas medidas relacionadas con la transparencia como el PSOE, promovió un total de 60 en su programa de 2016, que es un número elevado dada la concisión de su programa electoral, en el que había un total de 393 medidas y 50 “pasos para gobernar”.

Algunos ejemplos de las medidas que propusieron se repetían respecto al programa de Podemos de 2015, como la creación de un observatorio para la defensa de la transparencia en instituciones investigadoras. También sugirieron un plan integral de lucha contra el fraude, la creación de una Ley de Transparencia del sistema sanitario y el establecimiento de medidas de transparencia en las contrataciones relacionadas con grandes estructuras.

Existe en su programa una sección titulada *Democracia, transparencia y lucha contra la corrupción*, en la que se planteó crear revocatorios por incumplimiento del programa electoral, mejorar la transparencia de los parlamentos, adecuar la Ley de Transparencia para que sea acorde a los estándares internacionales y eliminar algunos requisitos que hacen que el Portal de Transparencia del Gobierno sea menos accesible, según expresaron. Así, se volvieron a mostrar reivindicativos respecto a la normativa española.

A este documento se añade, además, una memoria económica y una sección llamada *50 pasos para gobernar juntos*, en la que se resumieron las principales propuestas para un futuro Gobierno de Podemos. En dicha sección se reiteraron algunas medidas, tales como un plan de lucha contra el fraude y otro contra la corrupción, que refuerce la transparencia, acabe con las puertas giratorias y suponga un nuevo modelo de financiación de los partidos políticos, entre otras cuestiones.

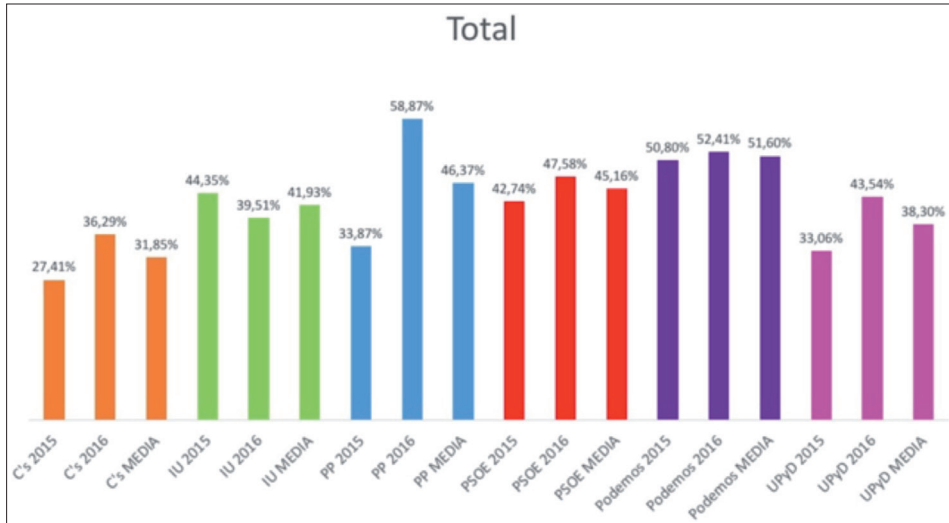
En cuanto a UPyD, la formación también mantuvo el mismo programa que en 2015, como el Partido Popular y el Partido Socialista.

ANÁLISIS DE CONTENIDO: LA TRANSPARENCIA EN LAS PÁGINAS WEB DE LAS FORMACIONES DURANTE LAS ELECCIONES GENERALES

Solamente un partido político aprobó el estudio planteado para analizar la transparencia de los partidos en las webs durante la campaña, tanto en 2015 como en 2016, en el que se sumaban todos los ítems pertenecientes a los seis niveles de transparencia que se detallarán en este apartado. Esa formación fue Podemos, que obtuvo un 50,8% y un 52,41%, respectivamente, con una media total de 51,6% en el cómputo global de todos los elementos analizados. Si bien es cierto que es el único aprobado en la media de los dos comicios, hay que destacar el caso del Partido Popular, cuya media no está aprobada (46,37%), ya que en 2015 obtuvo 33,87%, pero en 2016, 58,87%, que es el resultado más alto de todos los partidos en ambas elecciones (figuras 1 y 2). A pesar de ello, sigue estando por delante Podemos en la nota media. Tras el PP, sigue el Partido Socialista, con un 42,74% en 2015 y un 47,58% en 2016, cuya media es de 45,16%. El cuarto partido en este análisis es Izquierda Unida, con 44,35% y 39,51% respectivamente y una media de 41,93%. UPyD obtuvo un 38,3% de media, con 33,06% en 2015 y 52,41% en 2016. El partido menos transparente fue Ciudadanos, con un 27,41% y 36,29%, respectivamente, y una media de 31,85%.

La media total de todos los partidos fue de 42,54%, con un 38,70% en 2015 y un 46,30% en 2016. Por tanto, en conjunto tampoco aprobaron, pero sí que se observa una mejora entre los resultados de una convocatoria electoral y la siguiente.

Figura 1. Resultados totales del análisis de la transparencia



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Comparación de resultados entre 2015 y 2016

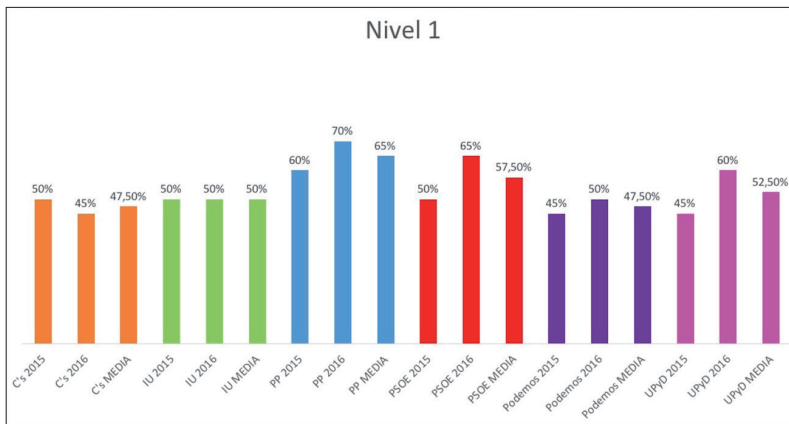
Partidos políticos	2015	2016	Media
Ciudadanos	27,41%	↑ 36,29%	31,85%
Izquierda Unida	44,35%	↓ 39,51%	41,93%
Partido Popular	33,87%	↑ 58,87%	46,37%
Partido Socialista	42,74%	↑ 47,58%	45,16%
Podemos	50,80%	↑ 52,41%	51,60%
Unión Progreso y Democracia	33,06%	↑ 43,54%	38,30%
Total	38,70%	↑ 46,30%	42,54%

Fuente: elaboración propia.

Nivel 1. Vías de contacto e información básica

Este nivel se encargaba de señalar si los partidos publicaban suficiente información sobre las vías de contacto para que la ciudadanía pueda comunicarse con los políticos, así como otros datos básicos, tales como el organigrama del partido y un buscador para hacer más sencilla la navegación al usuario. En este caso, el Partido Popular fue la formación con un resultado más alto, con un cumplimiento del 60% (2015) y un 70% (2016) de los indicadores. A continuación, le seguían el PSOE (50% y 65%), UPyD (45% y 60%), Izquierda Unida (50% y 50%) y Ciudadanos (50% y 45%) y Podemos (45% y 50%).

Figura 3. Resultados del Nivel 1 de transparencia



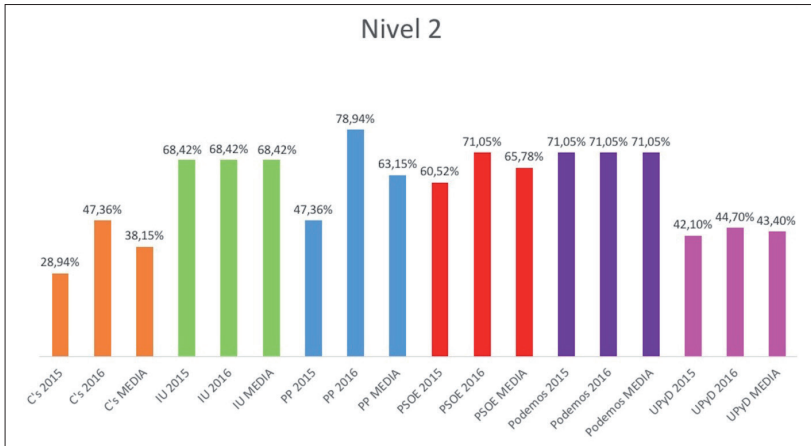
Fuente: elaboración propia.

Si se suman los resultados de todos los partidos, este primer nivel es de los pocos que han aprobado el estudio, con un 53% de los elementos publicados por las formaciones.

Nivel 2. Identificación organizacional de responsabilidad y procedimientos

El segundo nivel del estudio se refiere a la publicación de informaciones como la historia del partido, los códigos de buenas prácticas, la información sobre afiliados, los sueldos de los miembros de la ejecutiva y otros datos de información general que pueden resultar interesantes para la ciudadanía. Fue Podemos el partido con un resultado más alto, con un 71,1% en 2015 y 2017, seguido de Izquierda Unida (68,4% en ambos comicios), PSOE (60,5% y 71,1%), el PP (47,4% y 78,9%), UPyD (42,1% y 44,7%) y Ciudadanos (28,9% y 47,4%).

Figura 4. Resultados del Nivel 2 de transparencia



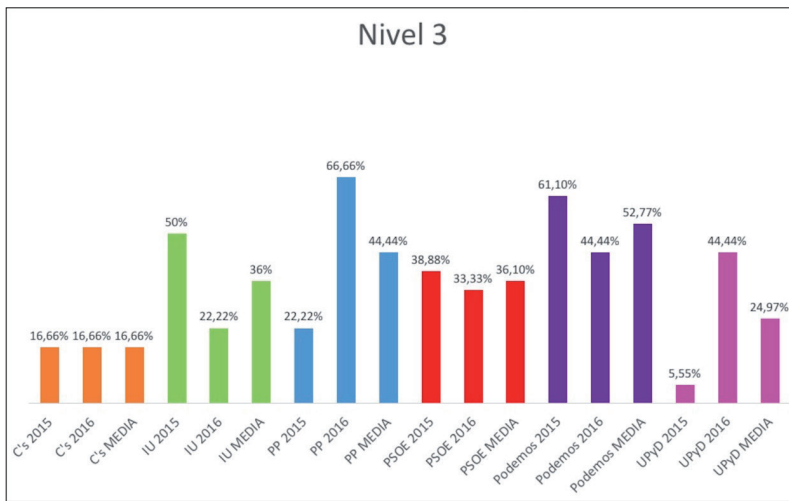
Fuente: elaboración propia.

Este fue el nivel con un mejor resultado de forma general, de modo que la media de todos los partidos es de 57,17%. Aun así, ni Ciudadanos ni UPyD llegaron a la mitad de los elementos publicados.

Nivel 3. Actividad de campaña

El tercer nivel trata de evaluar si los partidos políticos han compartido con los usuarios suficiente información relacionada con la campaña electoral, ya sea acerca de las listas electorales, el presupuesto o la agenda de la campaña. Vuelve a ser Podemos el partido que mejor puntuación obtiene en este nivel (de media), con un 61,1% y un 44,4% en 2015 y 2016 consecutivamente. Le sigue el PP (22,2% y 66,7%), PSOE (38,9% y 33,3%), IU (50% y 22,2%), UPyD (5,6% y 44,4%) y Ciudadanos (16,7% en ambos comicios).

Figura 5. Resultados del Nivel 3 de transparencia



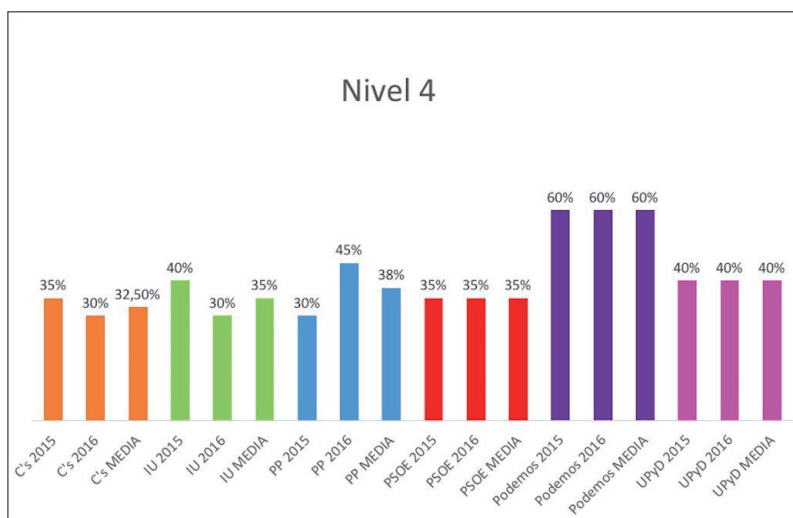
Fuente: elaboración propia.

La media de todos los partidos políticos en este nivel es de 35,18%, que es un resultado bastante bajo y se puede considerar como suspenso (excepto en el caso de Podemos).

Nivel 4. Diálogo con los ciudadanos

El cuarto nivel de este estudio mide si existen facilidades para que los ciudadanos interactúen en las páginas web de los partidos políticos, ya sea en la opción de conversar en un tablón de opiniones o en la posibilidad de poder descargarse en programa electoral. Una vez más, el partido que lidera Pablo Iglesias obtuvo un 60% de los elementos de este nivel en ambos comicios. El siguiente partido con mejor puntuación fue UPyD (40% en ambas elecciones), al que le siguen PP (30% y 45%), PSOE (35% en ambos comicios), IU (40% y 30%) y Ciudadanos (35% y 30%).

Figura 6. Resultados del Nivel 4 de transparencia



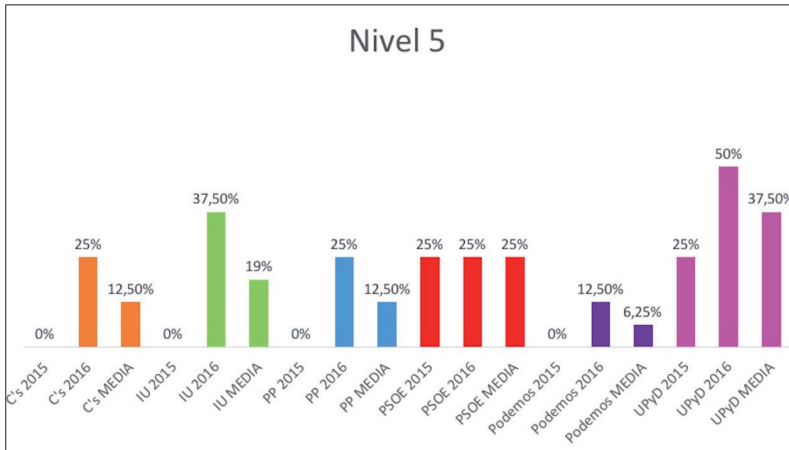
Fuente: elaboración propia.

El resultado total de todos los partidos en el cuarto nivel es un suspenso, con un cumplimiento del 40% de los indicadores. El único partido que aprobó este análisis fue Podemos, con un 60% de media.

Nivel 5. Apertura de instrumental informático

Cuando se habla de transparencia, resulta necesario mencionar la accesibilidad, evaluada precisamente en este quinto nivel. UPyD fue la formación con mejor resultado, con un 25% y un 50% en 2015 y 2016. A continuación, el PSOE, con un 25% en ambos comicios, IU (0% y 37,5%), PP (0% y 25%), Ciudadanos (0% y 25%) y Podemos (0% y 12,5%).

Figura 7. Resultados del Nivel 5 de transparencia



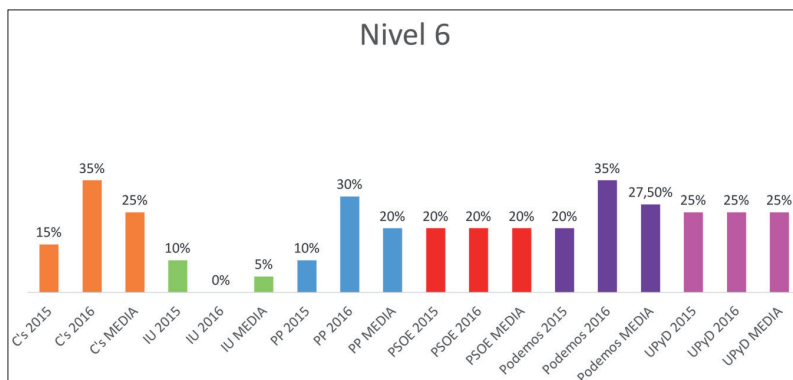
Fuente: elaboración propia.

El quinto nivel fue del que peor nota obtuvieron en la media todos los partidos, con un 19% del cumplimiento de los indicadores. En este nivel algunos partidos obtuvieron un 0% (Ciudadanos, IU, PP y Podemos en 2015), lo cual refleja la poca implicación de las formaciones en este sentido.

Nivel 6. Portal de la transparencia

El último nivel de este análisis de la transparencia de los partidos mide precisamente las referencias que se hacen en las páginas web de las formaciones a la transparencia, en forma de portal específico, con menciones a la norma legal, a los resultados en índices de transparencia y catálogos de datos, entre otras cuestiones. Podemos fue el partido con mejor resultado, con un 20% y un 35%, seguido de UPyD, que obtuvo un 25% en ambas elecciones, Ciudadanos (15% y 35%), PP (10% y 30%), PSOE (20% en ambas elecciones) e IU (10% y 0%).

Figura 8. Resultados del Nivel 6 de transparencia



Fuente: elaboración propia.

Así, en el sexto nivel obtienen una nota media similar al quinto, un 20%, es decir, un resultado muy bajo, y que, además, ninguno de los partidos aprobó.

CONCLUSIONES

La principal evidencia de esta investigación es que el nivel de desarrollo de los programas electorales en relación a la transparencia no va acompañado de un nivel de apertura informativa elevada en sus páginas web. Así, el único partido en el que se observó cierta relación fue Podemos, pues es la organización que obtuvo la nota más alta en el análisis de contenido y propuso numerosas medidas en el programa electoral, que, además, mostraban un amplio conocimiento de la materia y eran reivindicativas. Por tanto, se puede confirmar la primera hipótesis de la investigación, que precisamente anunciaba esa falta de coherencia entre los programas y las páginas web.

Casi todos los partidos políticos, menos el Partido Popular, coincidieron en querer cambiar la Ley de Transparencia y presentaron la intención de disminuir las trabas burocráticas para solicitar información. También coincidieron en querer aumentar la transparencia sanitaria. Además, todos los partidos incorporaron la transparencia como uno de los ejes de las políticas que prometieron llevar a cabo y que incluyeron

en muy distintos campos de la actividad política. Apenas hubo cambios en los programas electorales de un año a otro en lo que se refiere a la transparencia.

Tomando como referencia el estudio realizado de las páginas web de las formaciones, se puede afirmar que los partidos políticos no fueron transparentes durante las Elecciones Generales, ya que la media de todos ellos no alcanzó el nivel deseable. Solamente Podemos aprobó el análisis y de una forma muy ajustada. De este modo, se confirma también la segunda hipótesis, que predecía un nivel bajo de transparencia en las páginas web de los partidos políticos.

Los resultados mostraron una mejora de todos los partidos en 2016 respecto a 2015, salvo para Izquierda Unida, cuyo nivel de transparencia bajó en la segunda convocatoria electoral. Esto refleja el interés de todos los partidos —salvo de IU, que en esta ocasión se presentaba con Podemos— por mejorarse en abrir más su información de cara al electorado.

Respecto a la comparación entre los partidos emergentes y los tradicionales, no se puede decir que unos sean más transparentes que otros. Si bien es cierto que los programas de Ciudadanos y Podemos están muy desarrollados en cuanto a la transparencia, el nivel de apertura informativa de las webs es bueno en el caso de Podemos, pero no en el de Ciudadanos. El PP y el PSOE, por su parte, obtuvieron resultados parecidos, cerca del aprobado en el análisis de contenido, pero sin que lleguen a ser buenos resultados.

Y, ¿cuáles son los aspectos que más se cumplieron del índice de transparencia y los que menos? Es evidente que cada partido es diferente, pero sí que existen ciertas tendencias y, para ello, se ha calculado una nota media de todos los partidos en cada nivel evaluado. Por un lado, los dos primeros niveles, el de vías de contacto y el de identificación organizacional de responsabilidad y de procedimientos, fueron los que mejores resultados obtuvieron. Por otro lado, los niveles con peores resultados fueron de apertura de instrumental informático, y el del portal de transparencia. Por tanto, la accesibilidad sigue siendo una tarea pendiente para los partidos políticos en sus webs y también es mejorable lo que se ofrece en el propio Portal de Transparencia.

A pesar de que los partidos políticos promocionaron con considerable vehemencia la transparencia en sus programas electorales, lo han convertido en uno de sus ejes durante la campaña electoral y lo han incorporado en su discurso, existe una importante disonancia con lo que demuestran en sus plataformas digitales. Este interés por la transparencia no se proyecta en una apertura informativa en sus webs corporativas durante la campaña electoral. Por ello, se puede afirmar que existe una discordancia entre las promesas electorales y sus estrategias de transparencia en las plataformas digitales. La coherencia entre lo que los partidos proponen de cara a un futuro gobierno y lo que muestran en sus plataformas habría hecho más creíbles estas iniciativas, así como su discurso sobre la transparencia y la apertura de las instituciones.

Asimismo, estudios realizados en el contexto municipal han afirmado que el partido político al que pertenecen los ayuntamientos no es influyente en el mayor o menor nivel de transparencia, por tanto, el mayor interés que expresan estas formaciones por la apertura informativa no tiene por qué reflejarse en las políticas públicas. Esto es algo que se deberá explorar en futuras investigaciones.

María Díez Garrido (maria.diez.garrido@uva.es) es investigadora predoctoral en Comunicación en la Universidad de Valladolid. Forma parte del Grupo de Reflexión y Estudio de la Comunicación Online. Es miembro del equipo de investigación del proyecto I+D+i “Estrategias, agendas y discursos en las ciber-campañas electorales: medios de comunicación y ciudadanos” (Universitat de València),

financiado por el Ministerio de Economía. También forma parte de la Red de Excelencia en Periodismo Digital y Convergencia Mediática. Sus trabajos como investigadora se han centrado fundamentalmente en la comunicación digital, las redes sociales, la transparencia y el gobierno abierto. Su tesis doctoral aborda la apertura informativa y participativa de los partidos políticos.

Eva Campos Domínguez (eva.campos@hmca.uva.es) es doctora en Comunicación, Premio Extraordinario de Doctorado (UCM, 2009), becaria predoctoral de las Cortes Generales (2007 y 2008) y profesora de Periodismo en la Universidad de Valladolid. La mayor parte de su investigación ha estado centrada en el estudio de la comunicación política y de la comunicación por internet. Ha participado en diferentes proyectos

de investigación nacionales e internacionales que han tenido por objeto el estudio a los emisores políticos en la esfera digital, como “Las estrategias de campaña *online* de los partidos políticos españoles: 2015-2016”. Es autora o editora de libros como *Citizenship in 3D: Digital Deliberative Democracy, and Exploratory Analysis* (2012) o *La ciberdemocracia en el Congreso de los Diputados* (2011), así como de artículos científicos.

Dafne Calvo (dafne.calvo@uva.es) es investigadora predoctoral en Comunicación digital en la Universidad de Valladolid. Ha realizado estancias de investigación y docencia en Turquía (Universidad de Maltepe), Uruguay (Universidad de la República) y México (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla). Ha colaborado como miembro del equipo

de trabajo de diferentes proyectos de investigación competitivos a escala nacional en la Universidad Complutense de Madrid, la Universitat de València y la Universidad de Valladolid desde 2014. En la actualidad se encuentra realizando su tesis doctoral, que aborda la participación política digital y el contrapoder en red.

Bibliografía

Ackerman, J. M. y Sandoval, I. E. (2006). “The Global Explosion of Freedom of Information Laws”. *Administrative Law Review*, 58(1), pp. 85-130.

Armstrong, C. L. (2011). “Providing a Clearer View: An Examination of Transparency on Local Government Websites”. *Government Information Quarterly*, 28(1), pp. 11-16.

Armstrong, E. (2005). “Transparency and Accountability in Public Administration: Re-

cent Trends”. *Regional and International Developments and Emerging Issues, United Nations*, 2005.

Ball, C. (2009). “What Is Transparency?”. *Public Integrity*, 11 (4), pp. 293-308. doi: 10.2753/PIN1099-9922110400.

Barrio, E.; Cavanna, J. M. y Martisi, B. C. (2013). *Transparencia, el mejor eslogan 2013*. Madrid: Fundación Compromiso y Transparencia.

- Barrio, P. E.; Martín, J. y Martisi, B. C. (2017). *Transparencia, el mejor eslogan 2016*. Madrid: Fundación Compromiso y Transparencia.
- Berliner, D. (2014). "The Political Origins of Transparency". *The Journal of Politics*, 76(2), pp. 479-491. <<http://doi.org/10.1017/S0022381613001412>>.
- Boletín Oficial del Estado (2013). "Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno". Disponible en: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887>>. Consultado el 14 de enero de 2019.
- . (2015). "Ley Orgánica 8/2007, de 4 de julio, sobre financiación de los partidos políticos". Disponible en: <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-13022>>. Consultado el 14 de enero de 2019.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2015). "Preelectoral Elecciones Generales 2015". Disponible en: <http://datos.cis.es/pdf/Es3117mar_A.pdf>. Consultado el 14 de enero de 2019.
- Christensen, L. T. y Cheney, G. (2015). "Peering into Transparency: Challenging Ideals, Proxies, and Organizational Practices". *Communication Theory*, 25 (1), pp. 70-90. <<http://doi.org/10.1111/comt.12052>>.
- Ciudadanos (2015). "El nuevo proyecto común para España. Programa electoral Elecciones Generales 2015". Disponible en: <<https://www.documentcloud.org/documents/2644131-Programa-Electoral-Ciudadanos.html#document/p2>>. Consultado el 14 de enero de 2019.
- . (2016). "350 soluciones para cambiar España a mejor. Programa de Gobierno de Ciudadanos". Disponible en: <<https://drive.google.com/file/d/0B06SHwookJLkTUloZF9YenFRZ3c/view>>. Consultado el 14 de enero de 2019.
- Dader, J. L. y Campos, E. (2017). *La búsqueda digital del voto. Cibercampañas electorales en España 2015-2016*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Dader, J. L.; Campos, E. y Quintana, 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". Crespo, I. (coord.). *Partidos, medios y electores en proceso de cambio: las Elecciones Generales Españolas de 2011*, pp. 239-274. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Dader, J. L.; Cheng, L.; Campos, E.; Quintana, N. y Vizcaíno, R. (2014). "The Spanish Political Party Websites in Electoral Campaigning. Similar Trend since 2008 thru 2011". *Trípodos*, (34), pp. 115-152.
- Fages, R. (2008). "Actitud 2.0: la política más allá de los blogs". *IDP. Revista de Internet. Derecho y Política*, 7, pp. 19-25.
- Fazendeiro, J. y Razuoli, I. (2016). "Party Organizations in a New Environment: A Perspective on the Internal Life of Parties in the Digital Environment". Comunicación presentada en Institutionalisation and De-Institutionalisation of Political Organisations. ECPR Joint Sessions of Workshops. Pisa, abril de 2016.
- Fernández, M. R. y Trabadela, J. (2017). "Comunicación política de los ayuntamientos a través de sus webs. Caso de Extremadura". *El Profesional de la Información*, 26(3), pp. 404-411.
- Fundación Compromiso y Transparencia (2017) Informes. Disponible en: <http://www.compromisoytransparencia.com/conocimientos/informes/index_2.html>. Consultado el 14 de enero de 2019.
- Gibson, R. K. (2015). "Party Change, Social Media and the Rise of 'Citizen-Initiated' Campaigning". *Party Politics*, 21 (2), pp. 183-197. <<http://doi.org/10.1177/1354068812472575>>.
- Harrison, T. M. y Sayogo, D. S. (2014). "Transparency, Participation, and Accountability Practices in Open Government: A Comparative Study". *Government Information Quarterly*, 31 (4), pp. 513-525. <<http://doi.org/10.1016/j.giq.2014.08.002>>.
- Hollyer, J. R.; Rosendorff, B. P. y Vreeland, J. R. (2011). "Democracy and Transparency". *The Journal of Politics*. 73(4), pp. 1191-1205.

Larrondo, A. (2016). "Comunicación organizacional ante el reto de la estrategia multiplataforma y 2.0: la experiencia de los partidos políticos en el País Vasco". *El Profesional de la Información*, 25 (1), pp. 114-123. <<http://doi.org/10.3145/epi.2016.ene.11>>.

Lobera, J. y Rogero, J. (2017). "Medición de la cristalización electoral de un movimiento de protesta: de la indignación al voto". *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (38), pp. 151-176.

Margetts, H. (2011). "The Internet and Transparency". *Political Quarterly*, 82 (4), pp. 518-521.

Martín, J. y Martisi, B. C. (2016). *Transparencia, el mejor eslogan 2015*. Madrid: Fundación Compromiso y Transparencia.

Massuchin, M. G. y Campos, E. (2016). "Elecciones de Brasil en 2014: las webs de los candidatos presidenciales como herramienta de campaña electoral". *Observatorio (OBS*)*, 10(1), pp. 83-106.

McDermott, P. (2010). "Building Open Government". *Government Information Quarterly*, 27 (4), pp. 401-413.

Morales, A. M.; Martínez, S.; García, F. y Caridad, M. (2016). "La transparencia en la política española: análisis de su influencia y presencia en medios sociales". *Ibersid*, 2, pp. 91-96.

Norris, P. (2003). "Preaching to the Converted? Pluralism, Participation and Party Websites". *Party Politics*, 9 (1), pp. 21-45.

Oztoprak, A. A. y Ruijter, E. (2016). "Variants of Transparency: An Analysis of the English Local Government Transparency Code 2015". *Local Government Studies*, 39(3), pp. 1-21. <<http://doi.org/10.1080/03003930.2016.1154845>>.

Partido Popular (2015). "Seguir avanzando 2016-2020. Programa electoral para las Elecciones Generales de 2015". Disponible en: <<http://www.pp.es/sites/default/files/documentos/programa2015.pdf>>. Consultado el 14 de enero de 2019.

—. (2016). "Seguir avanzando 2016-2020. Programa electoral para las Elecciones Generales de 2016". Disponible en: <<http://www.pp.es/sites/default/files/documentos/programa-electoral-elecciones-generales-2016.pdf>>. Consultado el 14 de enero de 2019.

Partido Socialista (2015). "El cambio que une. Programa Electoral Elecciones Generales 2015". Disponible en: <http://www.psoe.es/media-content/2015/11/PSOE_Programa_Electoral_2015.pdf>. Consultado el 14 de enero de 2019.

—. (2016). Programa Electoral Elecciones Generales 2016. Disponible en: <<https://www.psoe.es/media-content/2016/05/PSOE-Programa-Electoral-2016.pdf>>. Consultado el 14 de enero de 2019.

Pérez, J. A.; Peña, S.; Genaut, A.; Iturregui, L. y Mendiguren, T. (2013). "Comunicación política e Internet: Estrategias *online* de los partidos políticos vascos en las elecciones autonómicas de 2009". *Mediatika*, 14, pp. 125-150.

Podemos (2015). Queremos, Sabemos, Podemos. Un programa para cambiar nuestro país. Disponible en: <<https://lasonrisadeunpais.es/wp-content/plugins/programa/data/programa-es.pdf>>. Consultado el 14 de enero de 2019.

Ruijter, E. y Meijer, A. (2016). "National Transparency Regimes: Rules or Principles? A Comparative Analysis of the United States and The Netherlands". *International Journal of Public Administration*, 39 (11), pp. 895-908. <<http://doi.org/10.1080/01900692.2015.1057343>>.

Transparencia Internacional (2017). Evaluación del nivel de transparencia de los Partidos políticos 2017. Disponible en: <<https://transparencia.org.es/evaluacion-del-nivel-de-transparencia-de-los-partidos-politicos-2017/>>. Consultado el 14 de enero de 2019.

Unidad Popular (2015). Programa. Programa participativo Generales 2015. Disponible en: <<https://cdn.20m.es/>>

adj/2015/12/03/3435.pdf>. Consultado el 14 de enero de 2019.

Unidos Podemos (2016). Podemos 26-J. Disponible en: <<https://lasonrisadeunpais.es/wp-content/uploads/2016/06/Podemos-Programa-Electoral-Elecciones-Generales-26J.pdf>>. Consultado el 14 de enero de 2019.

Unión Progreso y Democracia (2015). No te preguntes qué va a pasar, sino qué puedes hacer. Programa electoral Elecciones Generales 20D 2015. Disponible en: <[documentcloud.org/documents/2648742-Programa-UPYD-Elecciones-Generales-2015.html#document/p1> Consultado el 14 de enero de 2019.](https://www.</p></div><div data-bbox=)

—. (2016). Nuestro pacto es contigo. Disponible en: <<https://www.upyd.es/wp-content/uploads/2017/03/upyd-programa-26J.pdf>>. Consultado el 14 de enero de 2019.

Vaccari, C. (2011). "A Tale of Two E-Parties: Candidate Websites in the 2008 US Presidential Primaries". *Party Politics*, 19(1), pp. 19-40.