

Análisis de la transparencia de las televisiones privadas en España durante 2011

Manuel de Santiago Freda*

ÍNDICE

1. Introducción. 2. Participación. 3. Evaluación formal. 4. Evaluación sustantiva. 5. Conclusiones.

1. INTRODUCCIÓN

Dentro del sector audiovisual, en general, los operadores privados de televisión juegan un papel fundamental, pues representan un enorme porcentaje del consumo de medios. Por tanto, el conocimiento de su información corporativa resulta necesario, en el entendido de que los medios de carácter masivo están vinculados a la satisfacción del derecho humano a la información. En ese sentido, la transparencia contribuye con el pluralismo informativo y fomenta la libre competencia.

En la doctrina elaborada por el grupo TRABUCOM en materia de transparencia audiovisual hemos señalado que “la difusión de información añade valor a los bienes con los que los operadores de televisión comercian. A partir de esta consideración la expectativa general debería ser que los operadores privados de televisión estuvieran dispuestos a facilitar el acceso a información y a documentación propia, incluso voluntariamente, y no sólo porque la ley lo exija, con cierta extensión, a todos los operadores que cotizan en bolsa”¹. No obstante, la práctica demuestra lo contrario: la obligación legal es un componente esencial de la transparencia de las televisiones privadas.

De ello se encarga este trabajo. Analiza la práctica de la transparencia en este subsector, a partir de la minuciosa revisión de las páginas de Internet dedicadas a la información corporativa de los agentes.

Inicia con una anotación sobre la participación de los operadores en la encuesta aplicada por el equipo de investigación. Luego profundiza en las evaluaciones formal y sustantiva, en función de los apartados, parámetros e indicadores que las componen. Finalmente ofrece conclusiones por cada una de las cuestiones abordadas.

2. PARTICIPACIÓN

El presente estudio considera el nivel de participación de los agentes como un indicador más de transparencia. En tanto se ha definido doctrinalmente la transparencia como un acto voluntario, ésta comporta una actitud frente a quienes, tanto institucional como individualmente, solicitan información. En otras palabras, si bien no existe la obligación de responder a un estudio como el que el lector tiene frente a sí, no hacerlo ya es una señal inequívoca de la poca importancia que los agentes conceden a explicar su proceder públicamente. Es decir, si no se está dispuesto a responder frente a un grupo científico que pretende evaluar el nivel de transparencia y publicar sus conclusiones en forma desagregada, poco se puede agregar sobre la voluntad para atender otro tipo de solicitudes.

* Manuel de Santiago Freda es candidato a doctor en Derecho de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y director de la revista Derecom.

¹ María Pilar Cousido González, y Estrella Gutiérrez David (coordinadoras). “La transparencia en el sector audiovisual. Comentarios a la normativa española y comunitaria.” Bosch, Barcelona, 2008, pág. 231.

Esta argumentación justifica una parte de la valoración hecha sobre el subsector de las televisiones privadas. No podría ser una explicación admisible la falta de obligación legal, si de lo que se trata es de conocer el grado de compromiso con un principio que debería formar parte del gobierno corporativo de cualquier empresa. Al menos así lo recomiendan los códigos éticos y los libros blancos en la materia². Aquí se ofrecen los resultados del estudio de las páginas web de cada uno de los agentes. En los años de existencia del grupo TRABUCOM, el instrumento se ha perfeccionado hasta convertirse en una herramienta confiable que, hoy por hoy, es contrastada en distintos espacios temporales por dos investigadores, para reducir en lo posible el margen de subjetividad inherente a cualquier estudio de estas características³.

Por lo tanto, se excluyen deliberadamente los resultados de la encuesta de autopercepción, debido a la poca participación de los operadores de televisión privados. Las pocas posibilidades de contraste hubieran distorsionado el ejercicio y cargado las tintas sobre los agentes que respondieron la encuesta, en beneficio de quienes la eludieron. Se decidió omitir, por consiguiente, la publicación de estos datos.

3. EVALUACIÓN FORMAL

La evaluación de las páginas web de los operadores está limitada a los espacios dedicados a la información corporativa, en razón de que en éstos se encuentran los aspectos sustantivos de este trabajo y no en los llamativos portales comerciales, que difunden noticias, la programación y fomentan otra clase de interacción con el televidente.

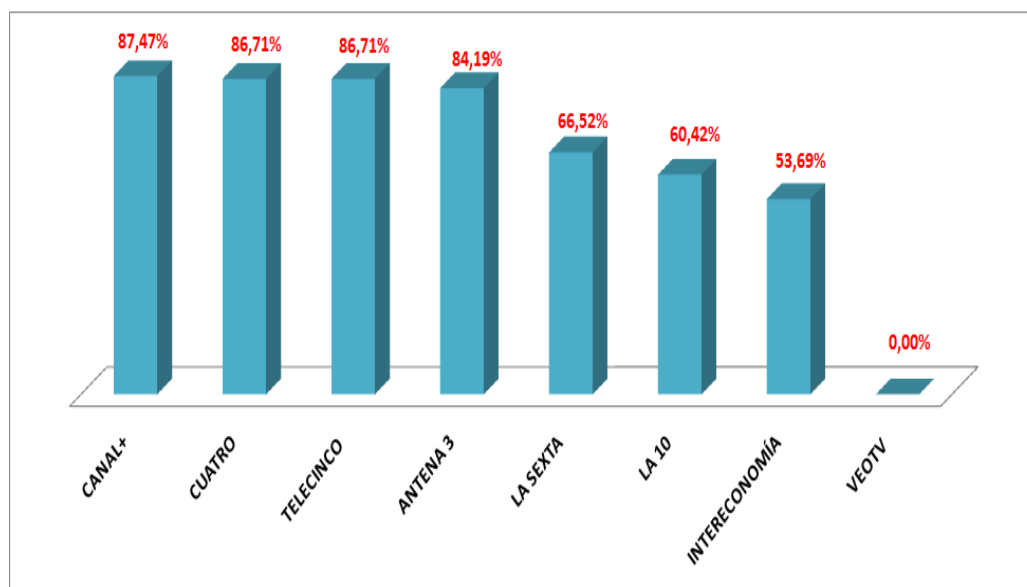


Gráfico 1. Transparencia formal de los operadores de televisión privados

Como se observa en el gráfico 1, tanto Canal+ (87,47%) como Cuatro y Telecinco (86,71%), así como Antena 3 Televisión (84,19%), presentan, en general, los niveles más altos de transparencia formal. Si bien esta situación puede explicarse dado que se trata de agentes que cotizan en bolsa, por lo que para éstos la transparencia es una obligación, lo cierto es que los parámetros evaluados consideran, además de la calidad y el volumen de la información, otros aspectos tales como la legibilidad y la ergonomía, interactividad, navegación, recuperabilidad, visibilidad o autodescripción, fundamentales para el correcto funcionamiento de cualquier página web corporativa.

² Por ejemplo, el principio de cumplir o explicar, contenido en el Código Conthe o el Informe Aldana de 2003. Ver. Estrella Gutiérrez y Manuel de Santiago. "Transparencia y Buen Gobierno Corporativo en el Sector Audiovisual". *XV Congreso Nacional de Ética de la Economía y de las Organizaciones. El Buen Gobierno de las Organizaciones*. Barcelona: IESE Business School, 2007.

³ No se puede obviar que se trata de un estudio basado en la observación y análisis de páginas web, de acuerdo a parámetros previamente establecidos.

Las páginas de Internet de La Sexta (66,52%), La 10 (60,42%) e Intereconomía (53,69%) tienen un nivel medio de transparencia en sus aspectos formales. El caso de Veo Tv debe mirarse aparte, pues ni siquiera cuenta con página web corporativa. De tal suerte que se le puede considerar suspenso apriorísticamente. Estos resultados se desprenden de los pesos asignados a cada uno de los parámetros evaluados en los rubros de micronavegación y macronavegación, en función de la cantidad y la importancia de los indicadores contenidos en éstos. La tabla de pesos se puede consultar en el libro de códigos de este Informe.

La micronavegación comprende los siguientes apartados: calidad y volumen de la navegación, legibilidad y ergonomía, navegación y representación de la información, recuperabilidad, interactividad/computabilidad, velocidad de descarga y servicios adicionales. Se trata de aspectos relacionados con la funcionalidad interna de la página. La macronavegación, por su parte, contiene indicadores sobre visibilidad/luminosidad y autodescripción, es decir, aquellas cuestiones vinculadas a la posición que guarda la página dentro de la red de redes. Los gráficos 2 y 3 hacen visibles las diferencias en los dos rubros explicados líneas arriba. Así, mientras Canal+ y Antena 3 son los dos operadores que guardan una mejor relación entre ambos, Cuatro y Telecinco muestran la mayor desproporción entre éstos.

Gráfico 2. Comparativo entre micronavegación y macronavegación (por agente)

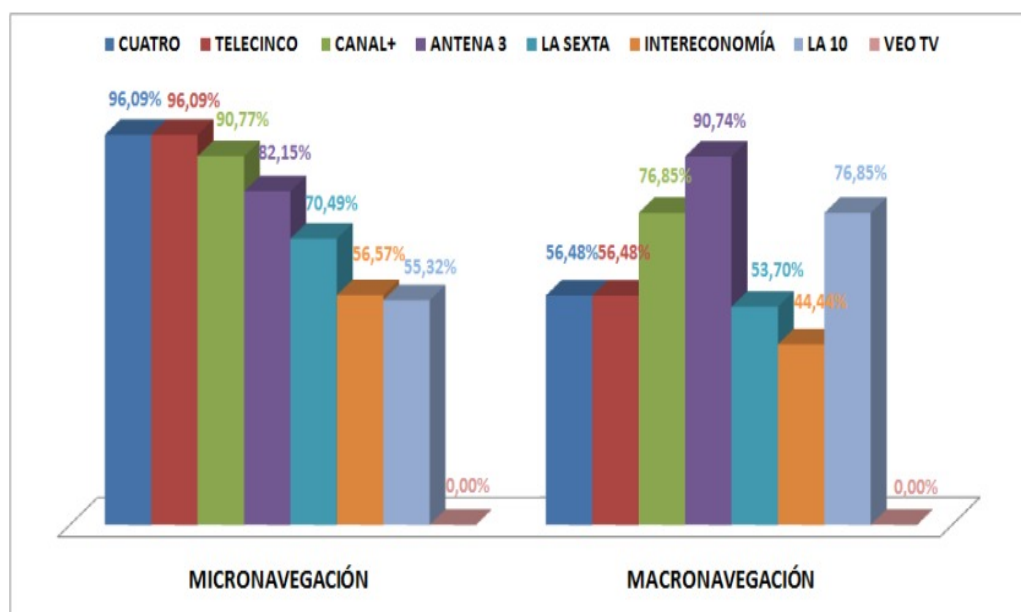
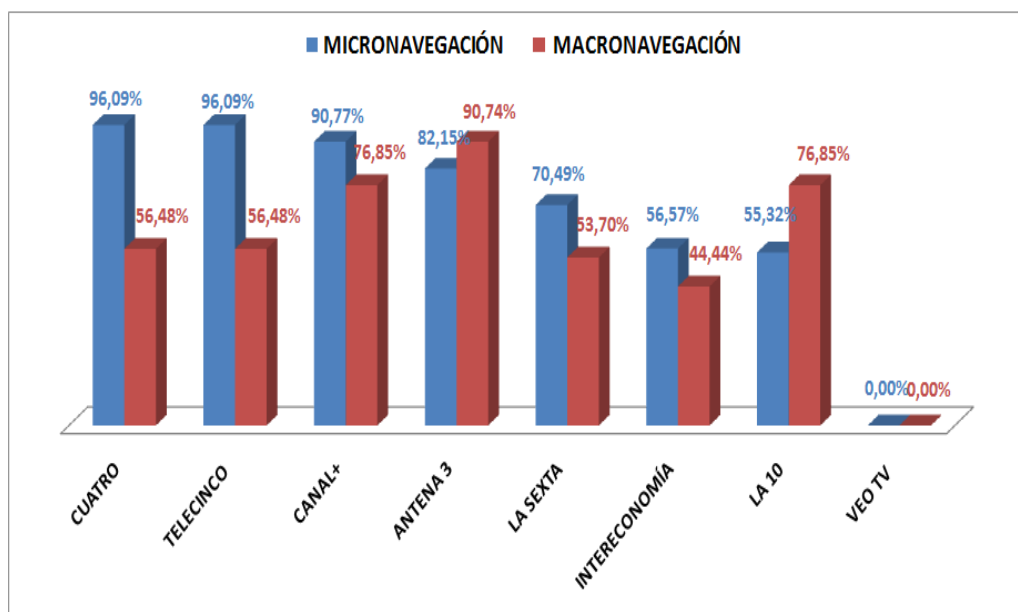


Gráfico 3. Comparativo entre micronavegación y macronavegación (por apartado)

En lo tocante a la micronavegación, los gráficos 4 y 5 explicitan la situación de los agentes por cada uno de los parámetros estudiados. De acuerdo con el porcentaje general obtenido por los operadores, al que nos hemos referido en el gráfico 1, detallamos a continuación los resultados de los indicadores que conforman los parámetros del rubro (del I al VII).

En el primer parámetro, correspondiente a la calidad y volumen de la información, Canal+, Cuatro y Telecinco, así como Antena 3, cumplen satisfactoriamente la mayor parte de los indicadores. Lo anterior porque la información que ahí se ofrece se adecua al contenido corporativo o institucional que, exigido o no por la norma vigente, debe aparecer en dicho espacio. En ese sentido aparecen los datos cuantitativos; su relación con un grupo empresarial concreto; informes de terceros (auditorías); registros, organigramas; documentos jurídicos tales como estatutos, reglamentos, informes y actas; así como formularios y vías de comunicación con los accionistas. No obstante, en el caso de Canal+ y Antena 3, cabe señalar la ausencia de una referencia explícita a sus políticas de transparencia y principios de buen gobierno. Por otra parte, los sitios web cubren con los mínimos deseables en cuanto a la edición se refiere, es decir, cuentan con un título, se identifica a los responsables y tienen fecha de edición visible. Con excepción de Antena 3, que no cuenta con este último dato. Asimismo fue valorada positivamente la exhaustividad de la información contenida, el tratamiento sistemático de textos e íconos, así como el que las páginas se actualicen periódicamente.

En el mismo parámetro, La Sexta e Intereconomía incumplen con la mayor parte de los indicadores. Caso distinto es el de La 10, que únicamente se muestra omisa en la referencia a su política de transparencia y principios de buen gobierno, así como en identificar a los responsables de su sitio web. Cabe señalar que ninguno de los operadores de televisión privada codifica o numera los documentos que aparecen en sus páginas web.

Respecto de la legibilidad y ergonomía, analizadas en el segundo parámetro de la micronavegación, los resultados más destacados son los de Canal+, Antena 3, La Sexta, Cuatro y Telecinco, ya que tanto la tipografía como el diseño y la coherencia en el estilo repercuten positivamente en la usabilidad del sitio. La página de La 10 presenta problemas en cuanto a su diseño, no muy fácil de entender ni de manejar. Intereconomía suspende en todos los indicadores evaluados.

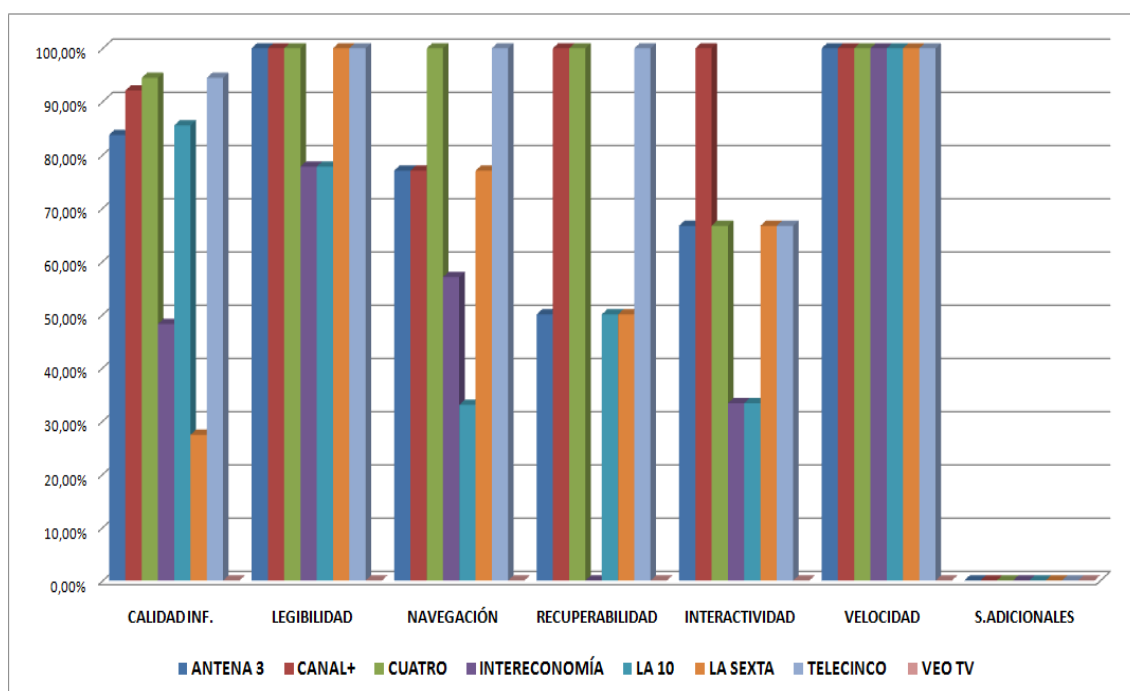


Gráfico 4. Resultados de Micronavegación (por agente)

En lo tocante a la navegación y representación de la información, que se puede ubicar en el tercer parámetro, Cuatro y Telecinco satisfacen plenamente todos los requerimientos planteados por el grupo de investigación: la existencia de un sumario breve y claro con el contenido global, que se vea sin necesidad de desplazar la barra y al que se pueda volver desde cualquier nodo; que los nodos no estén aislados y se vaya desde éstos a cualquier otro principal; que haya navegación local en los documentos extensos; que se enlacen entre sí nodos no relacionados jerárquicamente; que existan índices que faciliten la navegación y se puedan anticipar los efectos de una acción sobre la página, es decir, que las consecuencias de actuar sobre un ícono concreto sean homogéneas en toda la web.

Tanto Canal+ como Antena 3 y La Sexta carecen de navegación en los documentos extensos, así como de índices, alfabéticos o cronológicos, que contribuyan a la usabilidad. La 10 incumple con casi la totalidad de los indicadores del parámetro. Intereconomía no cubre ninguno.

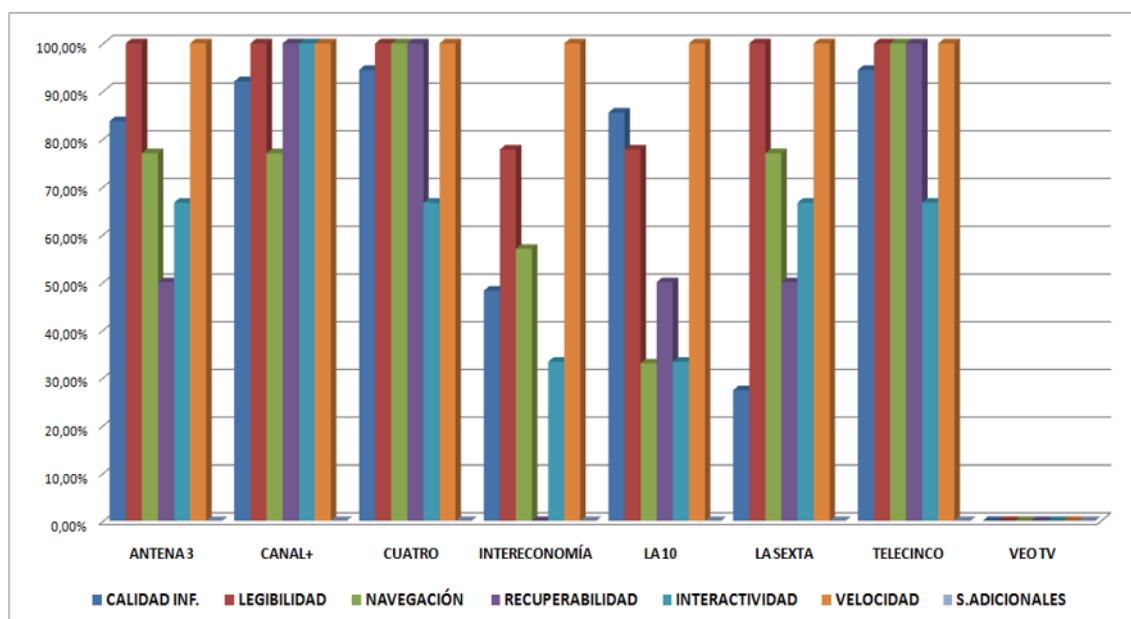


Gráfico 5. Resultados de Micronavegación (por parámetro)

En el cuarto parámetro, concerniente a la recuperabilidad, se aprecia un mayor nivel de cumplimiento por parte de los agentes, probablemente porque éste se refiere a la existencia de un buscador, así como de registros, historiales, hemerotecas, bases de datos, archivos u otros sistemas de recuperación de información adicionales a base de listas o categorías. Casi todas las páginas cuentan con al menos una de estas posibilidades. Destacan los sitios de Canal+, Telecinco y Cuatro. Por el contrario, el de Intereconomía no ofrece ninguna opción en este campo.

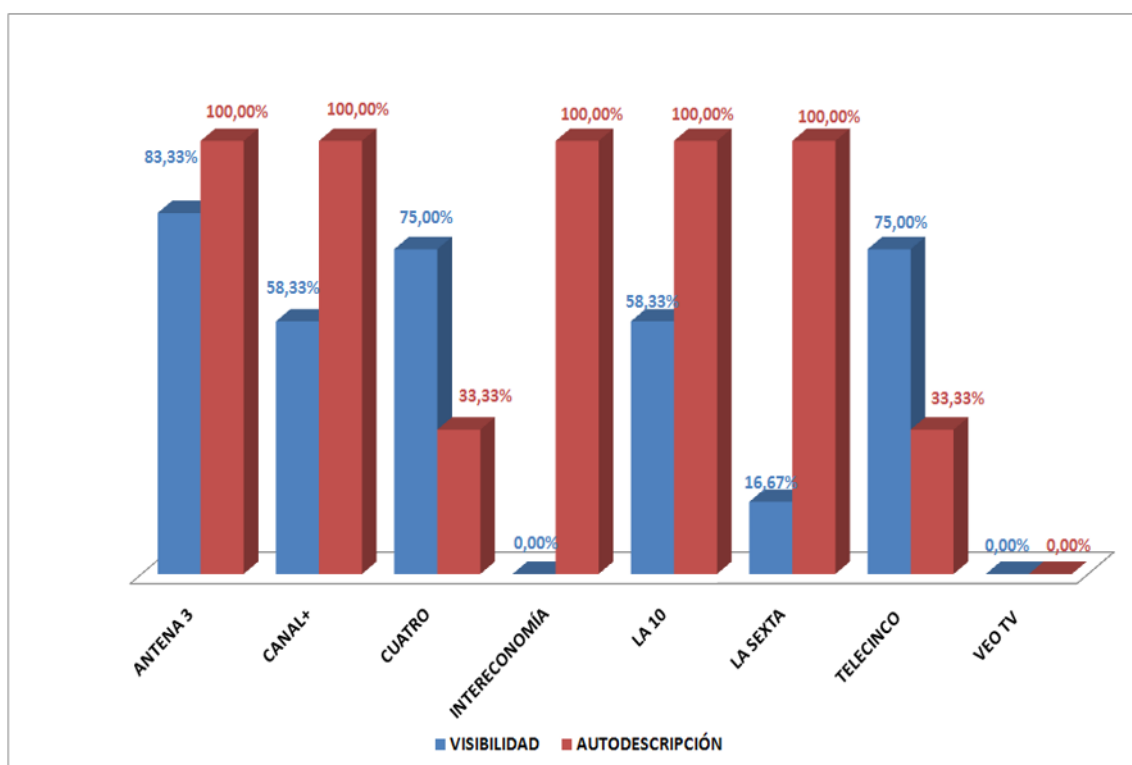
Otro de los parámetros analizados es el de la interactividad/computabilidad, que representa el número cinco en los gráficos. Éste comprende la posibilidad de comunicarse eficazmente con el administrador de la página web, la existencia de vías alternas de comunicación que sean efectivas y la capacidad para realizar interacciones o transferencias de información de forma correcta. Como se aprecia en el gráfico 5 el único operador cuya página cumple con todas y cada una de estas características es Canal+. En los sitios de La 10, La Sexta, Cuatro y Telecinco no es posible efectuar interacciones o transferencias de información. Igualmente el de La 10 no cuenta con vías de comunicación con el administrador. Tampoco el de Antena 3. Nuevamente el de Intereconomía suspende todos los indicadores del parámetro.

La velocidad de descarga y servicios adicionales constituyen, en ese orden, los parámetros seis y siete de la micronavegación. El primero no precisa explicación. En el caso de los servicios adicionales, el indicador se refiere

a la posibilidad de descargar productos de software o gráficos que permitan mejorar la experiencia del usuario. Todas las páginas consultadas satisfacen el parámetro de velocidad y ninguna el de servicios adicionales.

La macronavegación, como señalamos previamente, hace énfasis en los aspectos relativos a la posibilidad de localización y acceso -desde el exterior- a cada una de las páginas corporativas de los agentes. Los gráficos 8 6 y 9 7 muestran los parámetros ocho y nueve, correspondientes a la visibilidad/luminosidad y autodescripción, que se refieren a la existencia de enlaces⁴, a la posibilidad de acceder al sitio desde un buscador, si la página tiene título y un contenido detallado al comienzo, si existen meta-etiquetas y meta-datos.

Gráfico 6.
Resultados de
Macronavegación
(por agente)



La mayor parte de los agentes cumplen con uno o más indicadores de visibilidad, con excepción de Intereconomía. En el parámetro de autodescripción, el cumplimiento es casi total, salvo en el caso de Cuatro y Telecinco, cuyas páginas no poseen meta-etiquetas, meta-datos, ni se ofrece un contenido detallado al comienzo.

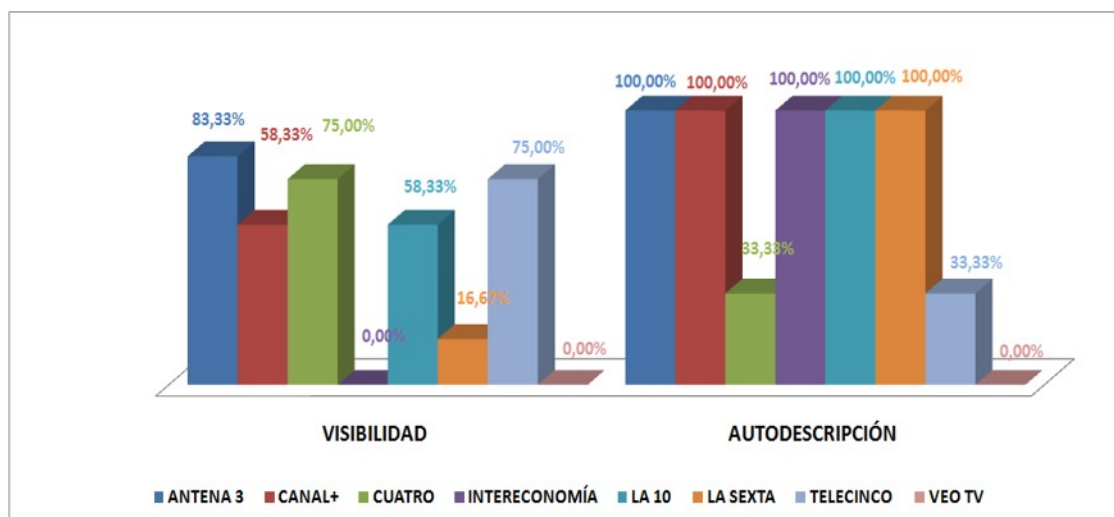


Gráfico 7.
Resultados de
Macronavegación
(por apartado)

⁴ De existir enlaces, se evalúa que éstos sigan un criterio coherente, que vayan acompañados de explicaciones sobre su contenido y que no haya links rotos.

4. EVALUACIÓN SUSTANTIVA

Como en años anteriores, no sorprende que los agentes que cotizan en bolsa resulten ser los más transparentes en el subsector de las televisiones privadas. Lo anterior constata la necesidad de contar en España con un marco legal en materia de transparencia y acceso a la información, no sólo en el ámbito público, sino en el privado. Se observa así que la puesta en práctica de los principios de buen gobierno corporativo, en los que la transparencia ocupa un lugar central, suele estar asociada a los requerimientos jurídicos en la materia. Es decir, la promoción del cumplimiento de la norma como parte del buen gobierno corporativo maximiza los beneficios intrínsecos de ésta.

Del gráfico 8 se desprende que Canal + (Prisa TV), así como Telecinco y Cuatro (Mediaset), agentes consolidados en bolsa, mantienen muy altos niveles de transparencia sustantiva. En un tercer sitio les sigue Antena 3 (Grupo Antena 3), otro de los cotizados, con un porcentaje aceptable (64,81%) de transparencia. Sin embargo es preciso enfatizar que el cumplimiento de la transparencia en estos agentes debe valorarse a la luz de las obligaciones legales que éstos tienen. Por tanto, aquello que en un contexto de ausencia de normativa pudiera disculparse, no es disculpable a efectos jurídicos. Este estudio entiende que el matiz es relevante, por lo que la valoración de los agentes cotizados hace hincapié en dicha circunstancia.

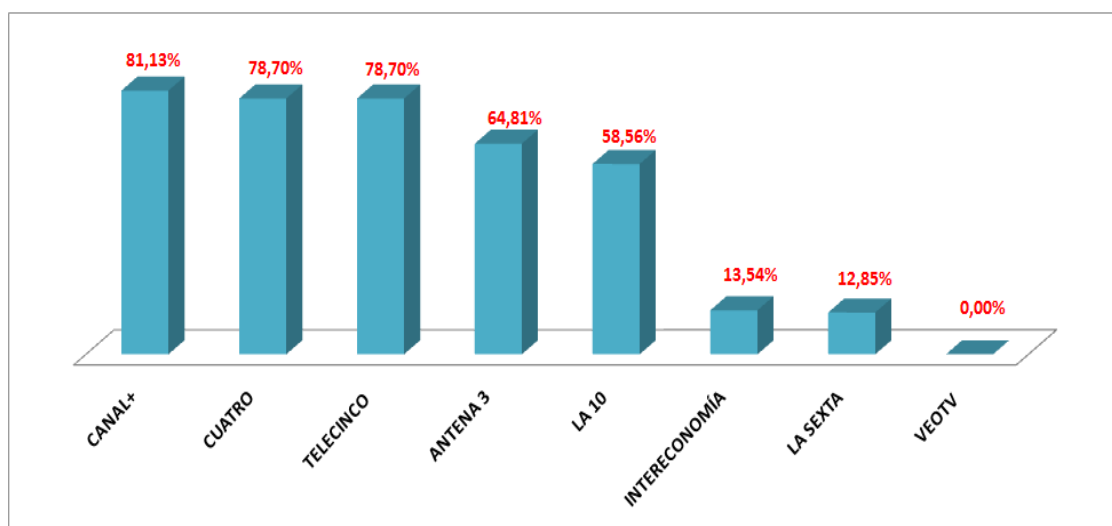


Gráfico 8. Transparencia sustantiva de los operadores de televisión privados

Otro elemento que debe destacarse en el panorama español es el de la pertenencia de los agentes a grupos empresariales con amplia trayectoria en el ámbito de la Comunicación, o cuya presencia en éste sea significativa. La incorporación de los medios independientes a las grandes estructuras empresariales redundará en una mayor transparencia. La afirmación anterior describe una situación observada y así debe tomarse. Los motivos de ello son diversos. De nueva cuenta, el factor de ser o no ser un agente cotizado es fundamental. También lo es contar con un departamento de atención a los inversores.

No debe confundirse, por tanto, la descripción de una situación observada con un punto de vista doctrinal. Las fusiones entre medios de comunicación pueden repercutir negativamente en el ámbito de la competencia y la pluralidad. La concentración mediática en España no es sino un efecto de la apertura del sector al mercado global en general y al comunitario en específico.

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, modificó los requisitos de participación en la televisión privada, entre ellos, el del peso del capital nacional y extranjero en ésta. No es fortuito que las dos grandes fusiones televisivas en la historia de la televisión privada española se hayan producido en el marco de esta norma.

Entremos en materia. La evaluación sustantiva está dividida en dos apartados. El primero de ellos comprende los parámetros de información general (datos sociales, organigrama, vías de comunicación), buena gobernanza (principios de buen gobierno y políticas de transparencia), información cuantitativa (económica y contable: cuentas de resultados, paquetes accionariales, etc), consulta y acceso. El siguiente abarca aquellos relacionados con el grupo empresarial, normativa interna, actas informes y documentos, accionistas e inversores, procedimientos y autocartera. Dado que se trata de una evaluación de contenido, se impone un análisis por cada uno de los agentes analizados, ordenados por grado de cumplimiento, según aparece en el gráfico 8.

El operador de televisión privado mejor valorado es Canal+, con un 81,13% de cumplimiento de los aspectos evaluados. En el parámetro de información general el agente cubre prácticamente la totalidad de los indicadores⁵. Respecto de la buena gobernanza, si bien dispone de un código de conducta y documentos de responsabilidad social, en ellos no se hace referencia expresa al principio de transparencia. La información cuantitativa que se ofrece en el sitio del agente es completa, pues además de incluir los informes de resultados y la conformación accionarial, se ofrecen datos financieros complementarios.

En lo concerniente a los parámetros del segundo apartado, Canal+ cumple el indicador de grupo empresarial. En cuanto a su normativa interna, es fácil localizar sus estatutos sociales, el reglamento de la junta general y el del Consejo de Administración. Sin embargo, el agente no incorpora los reglamentos de las comisiones. Sobre las actas, informes y documentos, en el sitio web aparecen los informes anuales de gobierno corporativo, hechos relevantes, documentos de juntas ordinarias y extraordinarias, actas de las juntas generales, así como resúmenes de informes de analistas, agencias de calificación o bancos de inversión. Es deseable que en el futuro el operador publique los informes completos de las auditorías.

En lo tocante a la información para accionistas e inversores, se ha evaluado negativamente que el agente no publique las preguntas formuladas por éstos y las respuestas correspondientes. Igualmente el que no exista una vía para que los accionistas formulen cambios en el orden del día. Por el contrario, ha resultado positivo que se publique información documental de los procedimientos a seguir en la junta general, como los formularios para conferir representación, o bien, para ejercer el voto a distancia. También destaca la información publicada sobre autocartera.

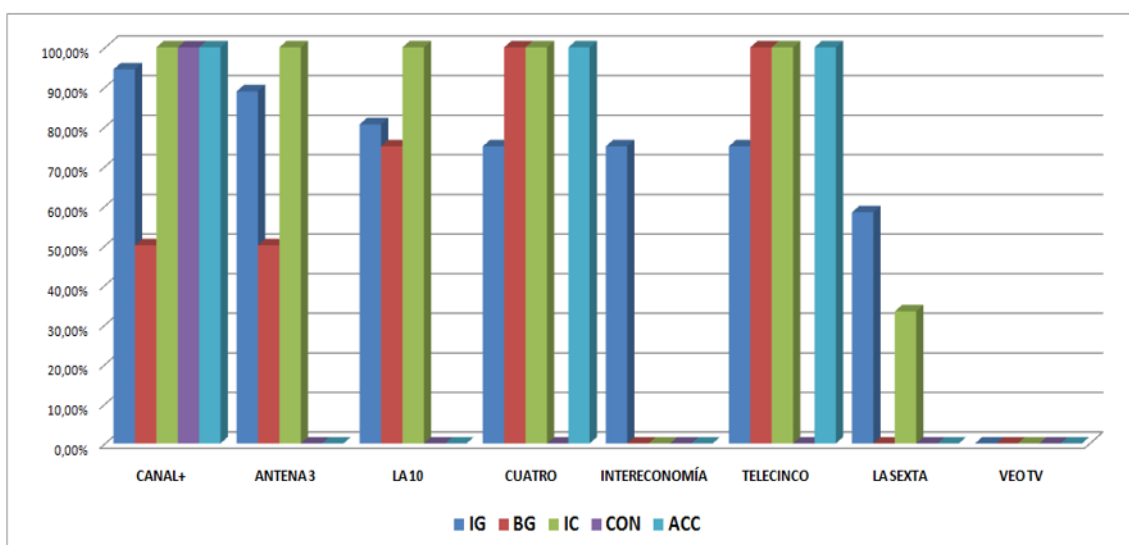


Gráfico 9. Primera Parte⁶ de la Evaluación Sustantiva (por agente)

⁵ No aparece un número de fax en la página.

⁶ Cada vez que se alude a “primera parte” (de una evaluación) se hace referencia al estudio efectuado en el primer semestre de 2011. La expresión “segunda parte” hace referencia a la evaluación efectuada en el segundo semestre. Cuando no se menciona primera o segunda parte, los datos han sido obtenidos de la evaluación del segundo semestre.

La segunda posición en la evaluación sustantiva de los operadores de televisión privada la ocupan Telecinco y Cuatro, con un 78,7% de cumplimiento. En cuanto a la información general publicada, estos agentes cubren la mayor parte de los indicadores, aunque carecen de organigrama en inglés, número de fax, así como posibilidad de contacto a través de foros y redes sociales. Conviene destacar, en términos de buena gobernanza, la disposición de códigos de conducta, documentos de responsabilidad social y específicamente el que en ellos se aluda expresamente al principio de transparencia. La información cuantitativa que aparece en el sitio web es completa, así como destaca el hecho de que existan guías sobre cómo acceder a la información.

Del segundo apartado, Cuatro y Telecinco cumplen con la información sobre el grupo empresarial, normativa interna, actas, informes y documentos⁷. La información para accionistas e inversores es deficiente, pues no se publican las preguntas de los inversores, ni están a disposición de éstos los formularios para conferir representación o ejercer el voto a distancia. Sí, por el contrario, existe una vía para que los accionistas formulen cambios en el orden del día.

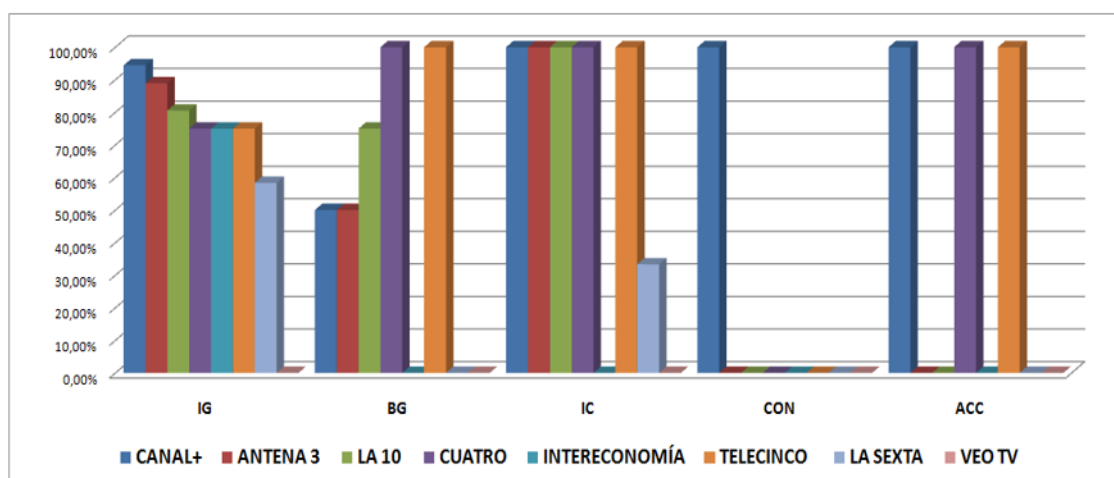
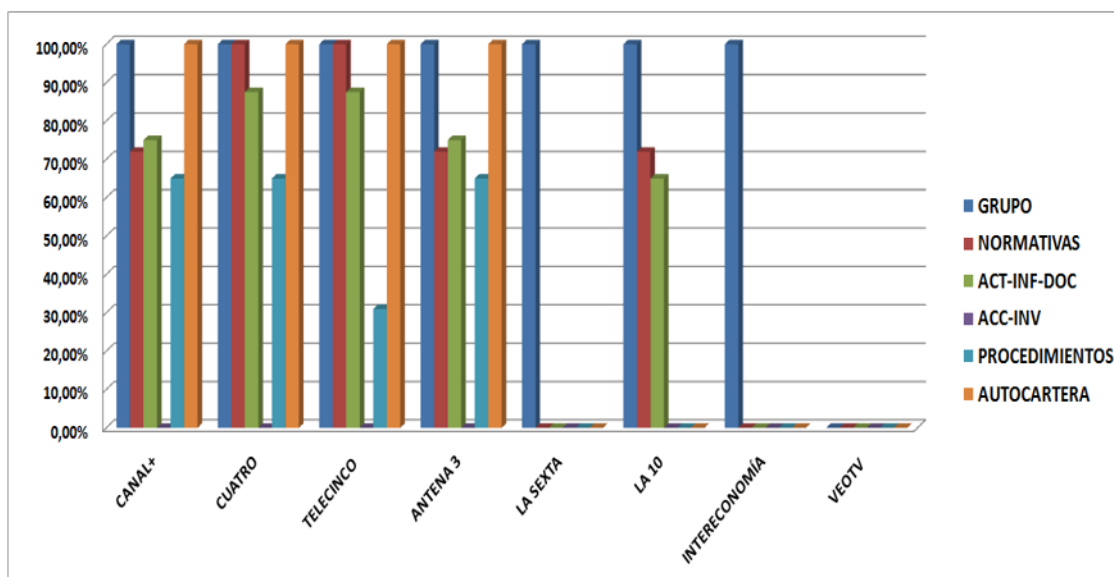


Gráfico 10. Primera Parte de la Evaluación Sustantiva (por apartado)

Antena 3 es el operador de televisión que ocupa el tercer sitio de la evaluación sustantiva, con un 64,81% en cuanto al cumplimiento de políticas de transparencia se refiere. Los aspectos más destacables de este agente tienen que ver con la publicación de información cuantitativa exhaustiva, de auditorías completas y de la mayor parte de su normativa interna, con excepción de los reglamentos de las comisiones. Entre las omisiones es preciso hacer énfasis en la ausencia de un registro informatizado de los recursos disponibles, de las actas de las juntas generales y de documentos relativos a las juntas extraordinarias. Antena 3 tampoco alude a la transparencia en sus documentos de buena gobernanza.

Gráfico 11. Segunda Parte de la Evaluación Sustantiva (por agente)



⁷ No aparecen, sin embargo, los nombres de los auditores.

En la cuarta posición se encuentra La 10, con un resultado de 58,56%. Si bien no alcanza los niveles de transparencia de los tres anteriores, es preciso señalar que el agente aprueba la evaluación sustantiva, aunque el grupo de investigación recomienda que complete algunos vacíos que han repercutido negativamente en la calificación. Hay que destacar el cumplimiento del apartado de información cuantitativa, así como el de normativa interna, pese a la ausencia –generalizada, por otra parte- de los reglamentos de las comisiones. También conviene resaltar la publicación de la mayor parte de las actas, informes y documentos del parámetro, aunque la información sobre las auditorias sea pobre. Tampoco existen formularios, ni vías para que los accionistas formulen cambios en el orden del día.

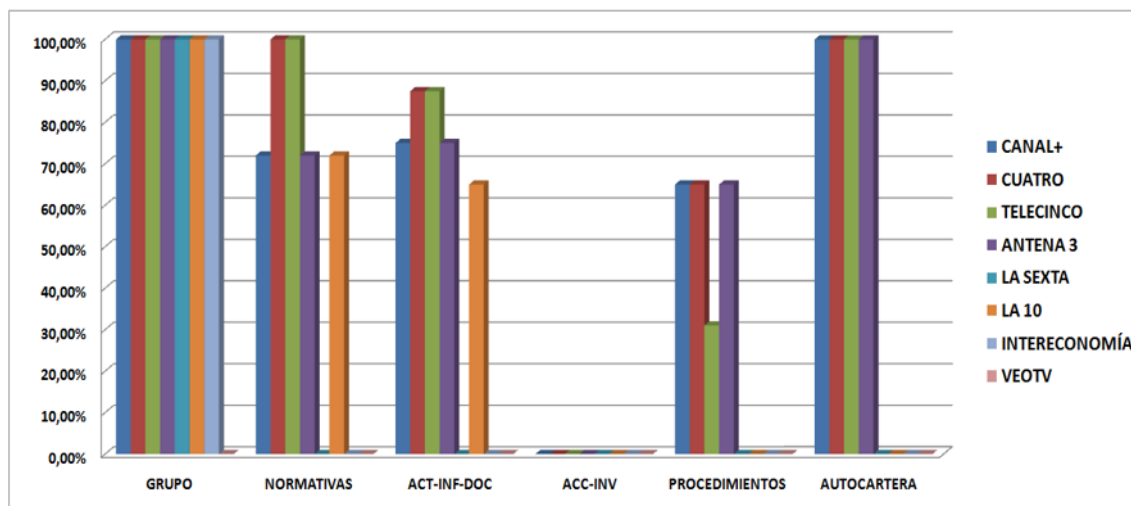


Gráfico 12. Segunda Parte de la Evaluación Sustantiva (por apartado)

En la cuarta y quinta posición se encuentran Intereconomía (13,54%) y La Sexta (12,85%), que suspenden por completo la evaluación sustantiva, en razón de la poca información que ofrecen sus páginas corporativas. El grupo de investigación aconseja el rediseño de ambas páginas, de acuerdo con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo y lo planteado por la legislación y doctrina en materia de transparencia audiovisual⁸.

5. CONCLUSIONES

a) La transparencia no es posible sin una actitud proactiva de los agentes, no sólo para generar y difundir información, sino también para atender las solicitudes de información de las personas interesadas, sean accionistas, universitarios, particulares o inversores potenciales.

b) Los operadores privados de televisión que cotizan en bolsa tienen mayores niveles de transparencia respecto de los que no lo hacen. Lo anterior implica que la transparencia como principio de buen gobierno no resulta importante para el subsector. De hecho, la mayoría de los agentes cotizados no incluye a la transparencia en sus documentos de buen gobierno.

⁸ Ver *Primer Informe sobre la Transparencia en el Sector Audiovisual Español*. (2007). Aranjuez: Felipe II Libros.

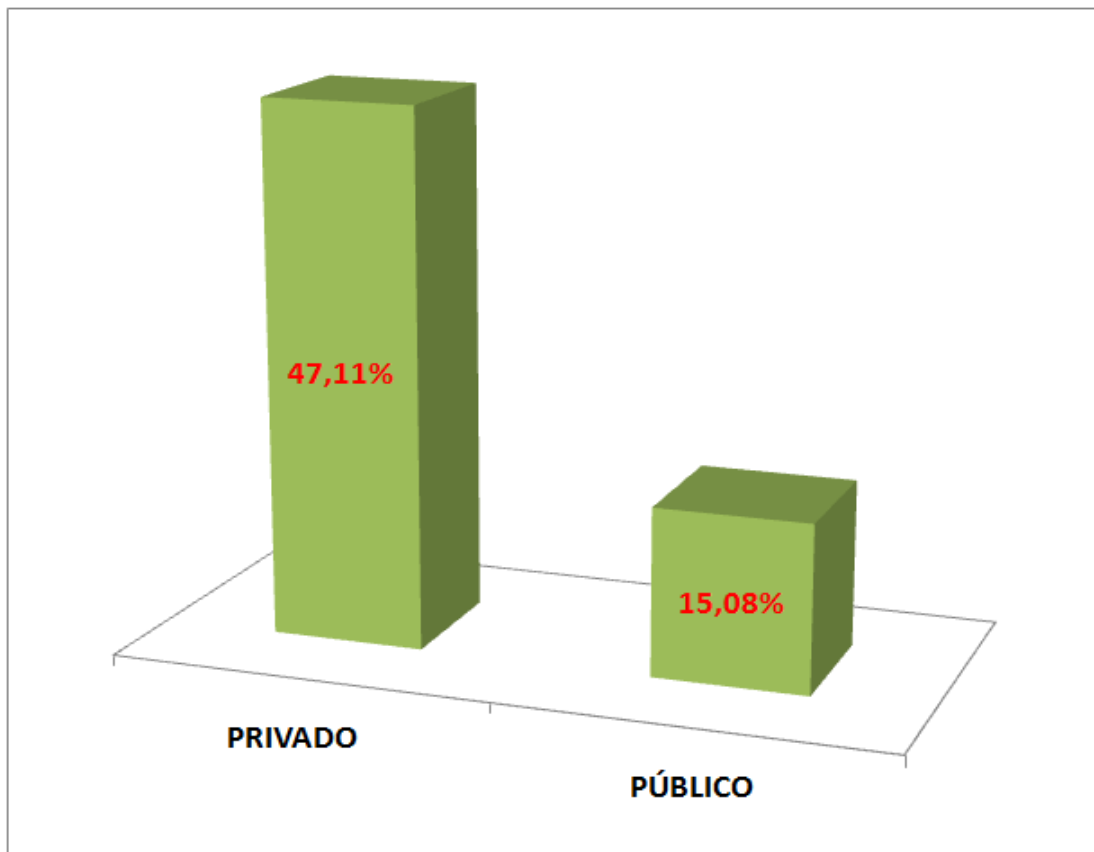


Gráfico 13. Comparativo de la Evaluación Sustantiva (por subsector) de todos los operadores

c) Se hace evidente la necesidad de contar con un instrumento normativo para que los operadores de televisión actúen de forma transparente, tanto públicos como privados, dado que, como lo muestra el gráfico anterior, en la transparencia sustantiva los agentes públicos se encuentran notablemente rezagados.

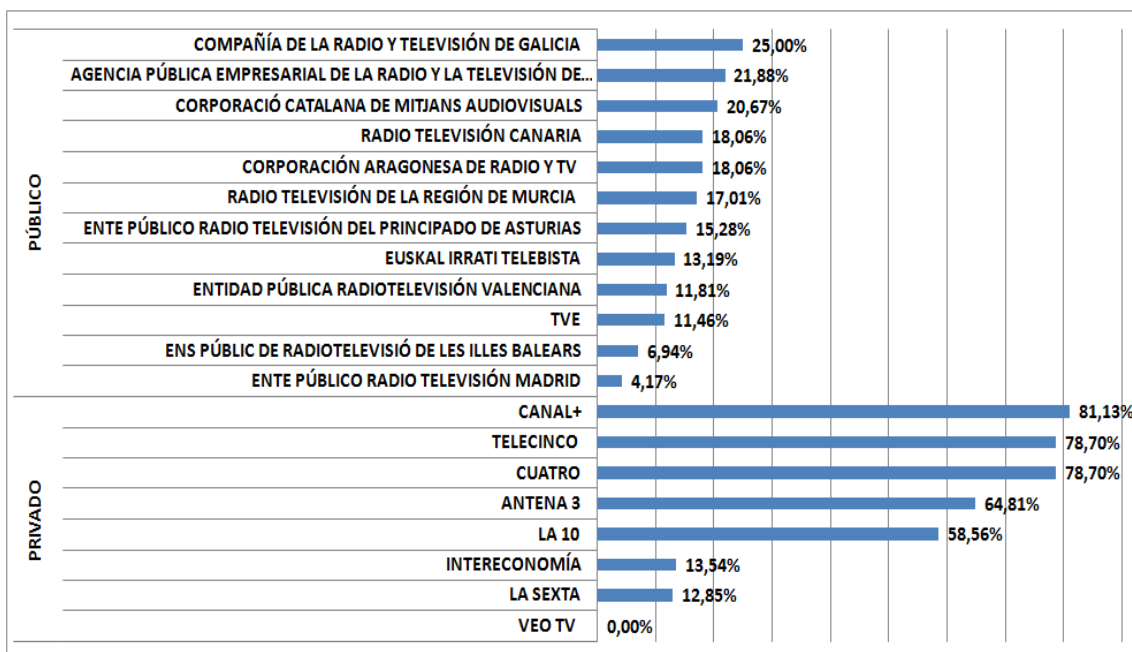


Gráfico 14. Comparativo de la Evaluación Sustantiva (por agente)

d) Por último, es en los aspectos formales donde se encuentran los mayores niveles de transparencia. En ese sentido, el desafío para los próximos años será complementar la funcionalidad y estética de las páginas web con la puesta a disposición de información de calidad, que cubra aspectos generales y específicos. Llama la atención la falta de información sobre las auditorías de terceros o el funcionamiento de las comisiones. Las páginas corporativas deben ir más allá de responder a generalidades y satisfacer las necesidades de información de los inversores y el público en general.

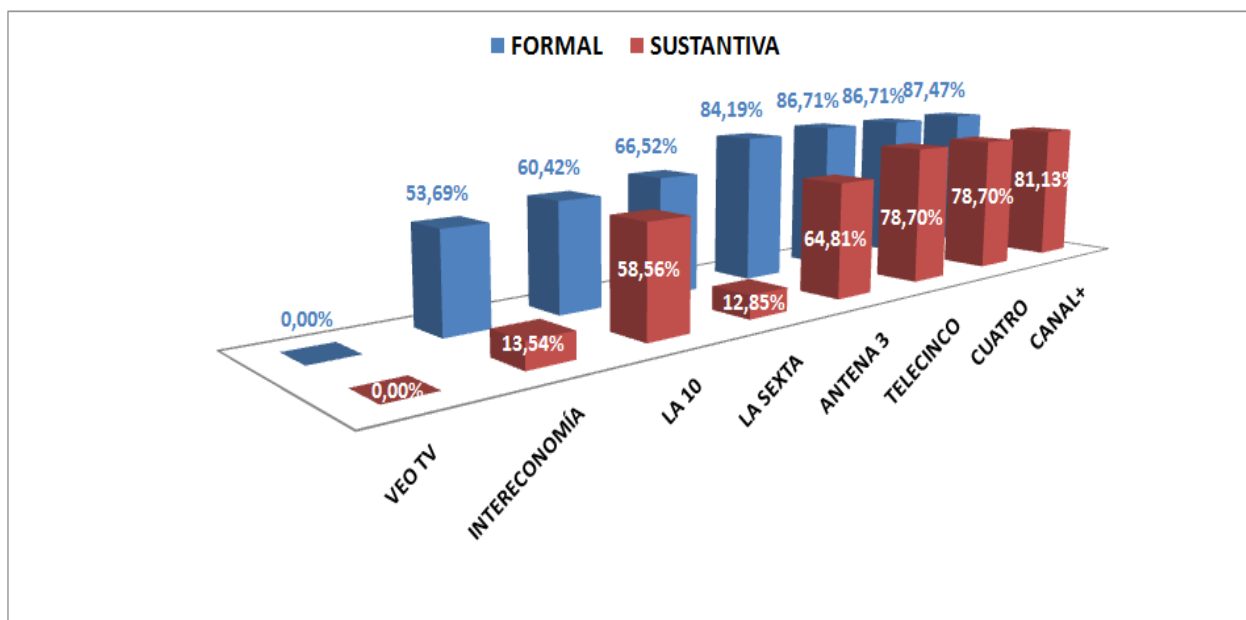


Gráfico 15. Comparativo entre las evaluaciones Formal y Sustantiva (por agente)