

# Indicadores de transparencia y gobierno abierto: análisis de la información pública de las televisiones nacionales chilenas

Paulo Carlos López-López<sup>1</sup>, Francisco Javier Fernández Medina<sup>2</sup>, Elizabeth Granda Sánchez<sup>3</sup>, Mónica López Golán<sup>4</sup>, Iván Puentes Rivera<sup>5</sup>

[pclopez@pucesi.edu.ec](mailto:pclopez@pucesi.edu.ec), [ffernandez@uc.cl](mailto:ffernandez@uc.cl), [megranda@pucesi.edu.ec](mailto:megranda@pucesi.edu.ec), [mlopezgol@gmail.com](mailto:mlopezgol@gmail.com), [i.puentes@udc.es](mailto:i.puentes@udc.es)

<sup>1,3</sup> Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, 100111, Ibarra, Ecuador.

<sup>2</sup> Pontificia Universidad Católica de Chile, 589, Santiago, Chile.

<sup>4</sup> Universidade de Santiago de Compostela, 15782, Santiago de Compostela, España.

<sup>5</sup> Universidade da Coruña, 15008, A Coruña, España.

**Pages: 63–75**

**Resumen:** El acceso a la información pública, la transparencia y el gobierno abierto son prácticas habituales en el ámbito de las administraciones públicas, obligadas por leyes nacionales y recomendaciones de carácter internacional. En el caso de las televisiones, en su condición de empresas informativas que trabajan con un bien de servicio público, el estudio de la información institucional, económica y de producción es bastante reciente, contando con varios modelos que permiten una auditoría de forma holística de sus páginas webs. La presente investigación estudia a cuatro televisiones de cobertura nacional en Chile, una pública (TVN) y tres privadas (Chilevisión, Megavisión y Canal 13), a través de la aplicación de 64 indicadores basados en metodologías precedentes, y adaptados al contexto nacional. Los resultados muestran una diferencia sustancial entre el operador público y los privados en todos los ámbitos analizados, promoviendo estos últimos datos insuficientes y deficitarios en la dimensión institucional y en la económica, mejorando en la producción.

**Palabras-clave:** transparencia; acceso a la información pública; Chile; televisiones, rendición de cuentas.

***Transparency and open government indicators: analysis of public information in Chilean national television***

**Abstract:** Access to public information, transparency and open government are common practices in the field of public administrations. These practices are bound by national laws and international recommendations. In the case of televisions, in their character of informative companies working with a public service good, the study of institutional, economic and production information of these entities is

quite recent, having several models that allow a holistic audit of their websites. This research studies four national television networks in Chile, one public (TVN) and three private (Chilevisión, Megavisión and Canal 13), through the application of 64 indicators based on previous methodologies and adapted to the national context. The results show a wide difference between the public and private operators in all the analyzed areas, the private ones promoting insufficient and deficit data in the institutional and economic dimension, but improving in the production.

**Keywords:** transparency; access to public information; Chile; televisions; accountability.

## **1. Introducción y estado de la cuestión**

### **1.1. Legislación chilena en el ámbito de la transparencia**

Desde el punto de vista normativo, no sería hasta entrado el siglo XXI, a través del impulso de las tecnologías de la información y del conocimiento, cuando el Estado chileno empieza a consagrar a través de varias leyes el derecho de acceso a la información pública (Cabezas-Mardones, 2014; Cobo-Romaní, 2015). En el año 2005, de forma parcial, se elevaría a rango constitucional el hecho de que los ciudadanos puedan consultar datos en poder de las administraciones mediante la reforma de la Constitución Política (Sousa De Oliva, 2010). No obstante, no sería hasta tres años más tarde cuando se desarrolle desde el punto de vista normativo. En lo básico, el derecho a la información pública en Chile tendría como antecedentes la ley N°18.575, sobre Bases Generales de la Administración del Estado; la N°19.653, Ley de Probidad Administrativa; o la N°19.880, de Bases de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los Órganos de la Administración del Estado (Gutiérrez y Casetti, 2014). En síntesis, estas leyes entienden como público todo lo que deriva del carácter procesual de las administraciones, desde los actos a las resoluciones, obligando a actuar con responsabilidad y transparencia. La ley N°20285 sobre Acceso a la Información Pública (que entró en vigor el 20 de abril de 2009), supuso un avance sustancial en el ámbito normativo chileno, supliendo deficiencias observadas de forma sistemática en la práctica del acceso a la información.

De esta forma, existe la obligación de que todo el sector público, incluidas empresas públicas o aquellas otras donde el Estado participa en más del 50%, se ajuste a lo que estipula el articulado de la misma -como la propia Televisión Nacional de Chile (López-López, Puentes Rivera y Rúas-Araújo, 2017)-, así como también a lo que dictan otras leyes de gestión en el ámbito empresarial (Ley N° 18.838), de estructura (Ley N°19.132), o de la profesión periodística (Ley 19.733). También se crea un Consejo de Transparencia como mecanismo de control que vela por el cumplimiento de la ley y establece sanciones, si procede. La misma se vería complementada por más regulaciones, como pueden ser los Estatutos de funcionamiento del Consejo (D.S N°20/2009), sobre reglamento de la Función Pública y de acceso a la Administración del Estado (D.S. N° 13/2009) o la propia ley sobre datos personales (N° 20.575).

### **1.2. Gobierno abierto, transparencia y rendición de cuentas**

El llamado gobierno abierto (Ramírez-Alujas, 2010) a la hora de referirse a la gestión de los recursos colectivos no constituye ninguna novedad cuando se refiere a las

Administraciones Públicas, si bien, sí que existe discusión cuando su objeto de estudio son las organizaciones de carácter privado. Para las organizaciones públicas, en general, el desarrollo normativo en los distintos Estados ha estipulado una serie de preceptos y lineamientos de publicidad de la información que, en algunos casos, se han ido cumpliendo. No obstante, la propia ley a veces no aclara cuáles son las obligaciones de las entidades privadas, dejando su cumplimiento a la voluntad de las propias organizaciones (López-López, Vaca-Tapia y Molina Rodríguez-Navas, 2017). En el caso de las empresas informativas, el debate se agudiza al trabajar con un bien de servicio público como es la información. Desde el punto de vista definitorio, el gobierno abierto se entiende como un modelo de relación ligado al concepto de democracia participativa, que da prioridad “a la representatividad y los procesos, y cuya orientación es la de conformar un gobierno (más) accesible, transparente y receptivo” (Cruz-Rubio, 2015, p. 39). La finalidad del mismo es poner a disposición de la ciudadanía, información pública que sea de su interés para que tome decisiones de la forma más racional posible: es decir, que la información sobre las alternativas está disponible al momento de las decisiones (Vidal de la Rosa, 2008).

El gobierno abierto se ha constituido como la herramienta más eficaz para una mejor y más profunda rendición de cuentas, buscando el equilibrio entre la necesaria autonomía de los procesos y el de las organizaciones (O'Donnell, 2001) para lograr un funcionamiento eficaz, y la necesidad de rendir cuentas a los ciudadanos para el aumento de su legitimidad. Es por ello, por lo que la transparencia en la democracia actual cumple con dos funciones (Martínez Moscoso, 2014): la primera, otorgarles a los ciudadanos la capacidad de ejercer la fiscalización de las organizaciones que operan en la sociedad; en segundo término, permite a los responsables de los mismos ejercer el principio de publicidad con solvencia. La transparencia, también en las televisiones, fomenta que la información tenga un carácter expansivo, extensivo y no reservado (López-López, López-Golán & Puentes-Rivera, 2017).

## **2. Organización metodológica**

### **2.1. Metodología, objeto de estudio y objetivos**

El presente trabajo utiliza el método analítico, que se hace operativo a través de una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) y de la revisión de varios indicadores de análisis de la información pública. Como objeto de estudio, se investiga la información pública en las páginas web de la TVN ([www.tvn.cl](http://www.tvn.cl)); Mega ([www.mega.cl](http://www.mega.cl)); Chilevisión ([www.chilevision.cl](http://www.chilevision.cl)) y Canal 13 ([www.13.cl](http://www.13.cl)), lugar formalmente estipulado para disponer de estos datos. En este sentido, la selección de estas empresas informativas deriva, principalmente, de cuatro razones: a) la de su alcance nacional; b) la de su titularidad, incluyendo la pública y la privada; c) la señal abierta VHF; d) sus audiencias (Anuario Estadístico Oferta y Consumo de TV abierta, 2017), donde Mega tiene un 34,6% de cuota de pantalla; Canal 13, un 21,8%, Chilevisión, un 19,5% y TVN, un 16,8%, situándose entre las cuatro primeras. Igualmente, su aplicación experimental en este país es válido y pertinente por su carácter replicable en forma de auditoría en países del entorno con desarrollo social, político y económico análogo, ya que Chile ocupa en el Índice de Desarrollo Humano elaborado por las Naciones Unidas (2016), el puesto 38;

tiene una renta *per cápita* de 13 792,9\$ (Banco Mundial, 2016) y el puesto 26 del Índice de Percepción de la Corrupción 2017, unos de los mejores de la región (Transparencia Internacional, 2018).

En base al análisis de contenido, el objetivo principal del presente trabajo es el de evaluar la transparencia, el acceso a la información pública y las herramientas para la participación que tienen disponibles las páginas webs de las televisiones anteriormente citadas (Fernández Lombao, 2015; Redondo-García y Campos Domínguez, 2016).

## 2.2. Instrumento de recogida de la información

Para la evaluación de la transparencia en las páginas webs de las corporaciones televisivas de Chile, el presente trabajo se basa en el modelo de 58 indicadores desarrollado por López-López, López-Golán y Puentes-Rivera (2017), y aplicados a las televisiones públicas de España (RTVE) y Portugal (RTP), divididos de la siguiente forma:

- Información institucional, gobernanza y grupos de interés.
- Ámbito económico, laboral y de infraestructura.
- Producción de información y acceso a contenidos.

Para una mejor adaptación al ámbito chileno, se ha realizado una revisión de las leyes N°20.285, sobre Acceso a la Información Pública; la N°20.730, que regula el *lobby* y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios; la N°19.733, sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo, además de la Res. Ex. 31/03/2012 de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, así como algunas recomendaciones del Consejo Nacional de Televisión. Cabe indicar que los presentes instrumentos, sobre todo en el ámbito privado, no se constituyen como imperativo legal, sino más bien como preceptos éticos para un buen gobierno y rendición de cuentas por parte de estos entes. A partir de esta revisión, los indicadores se han ampliado a un total de 64, eliminando algunos (principalmente los referidos al Consejo Asesor, por no ser una figura institucionalizada), fusionando otros y presentando como novedad los siguientes:

- Información institucional, gobernanza y grupos de interés. ¿Se informa de las atribuciones y/o funciones del máximo responsable de la entidad? (8); ¿se publican las remuneraciones de los máximos dirigentes de la entidad? (9); ¿figura un registro de viajes o dietas de los órganos de dirección de la cadena? (12); ¿se informa sobre las filiaciones y la pertenencia, si procede, a un conglomerado mediático? (21); ¿se dispone de un documento en el que consten socios, accionistas, porcentaje del monto y modalidad de participación? (22).
- Ámbito económico, laboral y de infraestructura. ¿Se informa de las subvenciones o donativos concedidos a la corporación? (25); ¿se da información sobre las tarifas publicitarias? (31); ¿se registra la nómina de *lobbistas* y gestores de intereses particulares? (41).
- Producción de información y acceso a contenidos. ¿Existe un código deontológico en el que se recojan los derechos de los periodistas, entre ellos, el derecho de reserva de fuente? (44); ¿se da información sobre el ejercicio del derecho de rectificación? (49); ¿se informa de los horarios o días de emisión de los contenidos a través de una parrilla o similar? (54); ¿existe un espacio específico

dónde se dé información de los programas? (55); ¿se ofrece información sobre la sede social del medio informativo y el lugar físico de ejecución de actividades? (63); ¿se informa de mediciones de campo electromagnético de las estaciones transmisoras? (64).

Es por ello, por lo que se desarrolla un índice de transparencia (IT) en una escala de 0 a 100, siendo 0 ninguna transparencia y 100 la máxima posible. Así, se asigna el valor de 1,5625 al indicador cumplido (✓); 0,78125 al cumplido parcialmente (P) y 0 a los no respetados (X), resultados de dividir 100 entre el total de los indicadores. El valor N corresponde al número de cumplidos (asignado de forma sucesiva con los valores 1, 0,5 y 0) en cada uno de los bloques mencionados, construyendo el IT de esta forma:  $(N_1 \times 1,5625) + (N_2 \times 1,5625) + (N_3 \times 1,5625) = \Sigma (N \times 1,5625)$ . Los resultados globales se interpretan en el siguiente rango: IT <20 (deficiente); IT 20-40 (insuficiente); IT 40-60 (regular); IT 60-80 (bueno); IT >80 (excelente).

### 3. Resultados

Bloques	TVN	MEGA	CHV	C13
<i>Información institucional, gobernanza y grupos de interés</i>	18,75	3,90625	10,15625	7,8125
<i>Información económica, laboral y de infraestructura</i>	14,0625	3,90625	3,125	3,90625
<i>Producción de información y acceso a contenidos</i>	25,78125	17,1875	19,53125	10,15625
<b>Total IT</b>	<b>58,59375</b>	<b>25</b>	<b>32,8125</b>	<b>21,875</b>

Tabla 1 – Puntuaciones de transparencia por bloques (en sombreado sección aprobada)

En el caso de TVN, y en relación con la información institucional, gobernanza y grupos de interés, se han validado positivamente 11 indicadores de forma total y 2 parcialmente. Su web cuenta con una “home” que alberga la principal oferta televisiva del canal, pero también permite el acceso a la información institucional y legal a través de dos enlaces que han resultado fundamentales, tanto en contenido como en la organización de éste. Se trata de: “Transparencia activa” e “Información corporativa”. Desde el portal web, también es posible el acceso a la estructura organizacional del canal, cuyo directorio ofrece información sobre los diferentes cargos que manejan la gestión, sus funciones y las retribuciones que obtienen por el desempeño de éstas. Este apartado no completa la información del proceso que se exige para la elección de los directivos, de ahí que no se valide el indicador. Del mismo modo, tampoco se registran datos relacionados con la agenda del máximo mandatario, ni se recogen las actas de reuniones de su consejo administrativo. El portal web de Mega se organiza, básicamente, en torno a un menú que direcciona a los usuarios a los contenidos de los programas de televisión que se pueden ver bajo demanda o en directo a través de la pestaña “en vivo”. Por el contrario, es muy escasa la información corporativa que la empresa pone a disposición del espectador. De este modo, excepto cuatro (y tres parcialmente), la mayoría de los indicadores correspondientes al bloque de información institucional y gobernanza obtienen un valor negativo por incumplimiento. El único indicador de la sección valorado positivamente ha sido el que pide información sobre filaciones y pertenencia dado que la web conduce



al enlace de la organización propietaria en el que se recogen estos aspectos corporativos. Asimismo, se reconoce un cumplimiento parcial en indicadores como la historia del canal, su código ético o el documento con datos del accionariado.

En el caso de Chilevisión existen dos grandes espacios como es el de la “Guía editorial” y el de información corporativa que, aún con limitaciones de accesibilidad (PDF en el primero caso), de forma secuenciada permite descifrar al completo la información sobre historia de la cadena, legislación aplicable al ente y adscripción a un conglomerado mediático; como también de forma parcial su responsabilidad social y lo que se entiende como Consejo de Administración, aunque no queda claro. Desde el punto de vista positivo, cabe destacar un código de buenas prácticas en el ámbito comercial que, si bien no se explicita su utilidad para la lucha contra la corrupción, sí que establece unas normas claras para prevenirla.

Por su parte, Canal 13 cumple con solamente cinco indicadores, lo que provoca un claro suspenso en esta materia: tiene que ver con la información sobre el Consejo de Administración, su máxima autoridad, su historia, su referencia explícita a un conglomerado mediático y la existencia de un código de buenas prácticas. Este último, accesible y claro, puede ser validado por contener las bases para una transparencia sobre política comercial entre la empresa informativa y sus proveedores. Por el lado contrario, la información es nula a respecto de sus propios estatutos, la responsabilidad social y la rendición de cuentas.

<b>Indicador</b>	<b>TVN</b>	<b>MEGA</b>	<b>CHV</b>	<b>C13</b>
<i>¿Existe una sección dónde se informe de la historia de la cadena?</i>	✓	P	✓	✓
<i>¿Se informa sobre la legislación aplicable al ente?</i>	✓	X	✓	X
<i>¿Se informa sobre el método para designar a los miembros del Consejo de Administración u órgano similar, junto con su composición?</i>	P	X	P	✓
<i>¿Se publican las actas de las reuniones ordinarias y extraordinarias del Consejo de Administración?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se publica una declaración de bienes, de intereses y de actividades de los miembros del Consejo de Administración?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se publica un régimen de incompatibilidades (de existir) e independencia del Consejo de Administración?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se da información sobre el máximo responsable de la entidad?</i>	✓	X	P	✓
<i>¿Se informa de las atribuciones y/o funciones del máximo responsable de la entidad?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se publican las remuneraciones de los máximos dirigentes de la entidad?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se establece una agenda institucional de ese máximo responsable?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se explicita cuál es la vigencia del mandato-marco y su legislación aplicable?</i>	✓	X	P	X
<i>¿Figura un registro de viajes o dietas de los órganos de dirección de la cadena?</i>	✓	X	X	X

<b>Indicador</b>	<b>TVN</b>	<b>MEGA</b>	<b>CHV</b>	<b>C13</b>
<i>¿Se da información básica sobre el organigrama y se definen claramente las funciones?</i>	P	X	X	X
<i>¿Existe un directorio claramente definido y accesible?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se publica un informe de rendición de cuentas?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Existe una sección o apartado llamado Responsabilidad Social Corporativa donde se informe de las acciones que lleva a cabo la entidad?</i>	X	X	P	X
<i>¿Es accesible el proyecto Contribution to Society o similar para la evaluación del impacto de la televisión en su contexto?</i>	X	X	P	X
<i>¿Existe una sección de retroalimentación e informes de grupos interés?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se publican los estatutos de la corporación o de la televisión?</i>	X	X	X	X
<i>¿Hay un código de buenas prácticas empresariales, como un plan de prevención de la corrupción o fomento de la transparencia y del buen gobierno?</i>	✓	P	✓	✓
<i>¿Se informa sobre las filiaciones y la pertenencia, si procede, a un conglomerado mediático?</i>	✓	✓	✓	✓
<i>¿Se dispone un documento en el que consten socios, accionistas, porcentaje del monto y modalidad de participación?</i>	X	P	X	X
<i>¿Existe una sección claramente definida con el nombre de transparencia?</i>	✓	X	X	X

Tabla 2 – Información institucional, gobernanza y grupos de interés

La información económica es aquella que muestra un mayor nivel de opacidad en, prácticamente, todos los entes analizados, a excepción del público. Con carácter general, las televisiones privadas muestran una nula información sobre su situación económica, ya sea a través de los presupuestos, su ejecución o los costes de las producciones. Como contrapunto, e igualmente con carácter general, existe una información bastante pormenorizada de las tarifas publicitarias (lo que facilita mucho la relación con los grupos de interés), un espacio específico para proveedores y una oferta de empleo y procesos selectivos muy completa en Canal 13, con convocatorias públicas abiertas que se puede segmentar por regiones, con formularios *online* y con todos los datos necesarios. TVN recoge información detallada sobre los presupuestos anuales y presenta informes trimestrales sobre la ejecución de estos, con un grado de actualización elevado. Es importante dejar claro la independencia financiera de la televisión pública chilena, siendo de las pocas de su misma condición que se autofinancia. La auditoría de sus cuentas, cuyo informe anual figura en la red, es realizada por la consultora internacional *Deloitte*. En estas memorias se hace referencia a los estados financieros, a los resultados de audiencias o a los contenidos más relevantes a lo largo del año auditado, pero no aparece información relevante que permita validar indicadores como el gasto del canal

en producción ajena, la inversión en cine o el coste de los derechos de eventos de gran magnitud. Por el contrario, sí figuran todos los detalles relativos a la propiedad del canal, sus recursos y bienes. Otro aspecto que calificar negativamente en el bloque de indicadores económicos es la falta de información en relación a empresas adjudicatarias y al convenio colectivo de trabajadores. Sin embargo, los usuarios de la web sí disponen de una pestaña denominada “Únete a nuestro equipo” con la oferta laboral del canal.

<b>Indicador</b>	<b>TVN</b>	<b>MEGA</b>	<b>CHV</b>	<b>C13</b>
<i>¿Se informa de la cuantía adjudicada al Ente en los presupuestos del Estado y/o otros fondos públicos?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se informa de las subvenciones o donativos concedidos a la corporación?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se realiza un informe porcentual del modelo de negocio?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se publican las cuentas anuales?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se ofrece un informe sobre ejecución presupuestaria?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se informa de los costes de producción ajena?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se establece una relación de empresas beneficiarias de contratos?</i>	X	X	P	P
<i>¿Se da información sobre las tarifas publicitarias?</i>	✓	✓	✓	✓
<i>¿Existe una sección específica dónde se explicite la regulación de la publicidad y los minutos de promedio de su emisión?</i>	X	P	X	X
<i>¿Hay un documento que dé información sobre la explotación de los derechos deportivos y sus costes?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se informa de los costes de producción y/o la compra de los derechos de los grandes eventos?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se ofrecen datos de inversión en cine y/u otras industrias culturales?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se publica de forma detallada la inversión en tecnología, investigación, desarrollo e innovación?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se explicita el inventario de recursos, bienes muebles o inmuebles de la televisión?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Existe una relación de puestos de trabajo con retribuciones por categoría?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se ofrece información sobre las condiciones laborales o convenio colectivo aplicable?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se informa de forma clara de las ofertas de empleo y de los procesos selectivos?</i>	✓	✓	P	✓
<i>¿Se registra la nómina de lobbistas y gestores de intereses particulares?</i>	X	X	X	X
<i>¿Figuran los nombres, apellidos, fotos y agrupación sindical de los representantes de los trabajadores?</i>	X	X	X	X

Tabla 3 – Información económica, laboral y de infraestructura



<b>Indicador</b>	<b>TVN</b>	<b>MEGA</b>	<b>CHV</b>	<b>C13</b>
<i>¿Se da información básica sobre el Comité de Redacción u órgano similar en el ámbito de los contenidos?</i>	X	X	X	X
<i>¿Existe un código deontológico en el que se recojan los derechos de los periodistas, entre ellos, el derecho de reserva de fuente?</i>	✓	✓	✓	X
<i>¿Se explicita la línea editorial del medio?</i>	✓	✓	✓	X
<i>¿Existe una política de protección de datos?</i>	✓	X	P	X
<i>¿Hay canales efectivos de participación/consultas/ quejas para el público?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Existe un espacio específico para la figura del Defensor del Televidente o similar?</i>	P	X	X	X
<i>¿Se da información sobre el ejercicio del derecho de rectificación?</i>	✓	✓	✓	X
<i>¿Se puede ejercer el derecho de acceso a información pública?</i>	X	X	P	X
<i>¿Existe un archivo histórico de contenidos?</i>	✓	X	✓	✓
<i>¿Existen códigos de autorregulación sobre contenidos e infancia?</i>	✓	✓	✓	X
<i>¿Existen códigos de tratamiento de la información sobre colectivos vulnerables?</i>	✓	✓	P	X
<i>¿Se informa de los horarios o días de emisión de los contenidos a través de una parrilla o similar?</i>	✓	✓	✓	✓
<i>¿Existe un espacio específico dónde se dé información de los programas?</i>	✓	✓	✓	P
<i>¿Se proporcionan mecanismos para la valoración de los programas y los contenidos?</i>	✓	X	X	X
<i>¿Se publican las leyes de propiedad intelectual aplicables a los contenidos emitidos?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se publican los datos de audiencias de los programas?</i>	X	X	X	X
<i>¿Se da información sobre los mecanismos de control de la calidad?</i>	✓	X	X	X
<i>¿La página web está adaptada a dispositivos móviles?</i>	✓	✓	✓	✓
<i>¿Existen aplicaciones que permitan que los contenidos sean accesibles a las personas con algún tipo de discapacidad?</i>	X	X	X	X
<i>¿Existen redes sociales operativas?</i>	✓	✓	✓	✓
<i>¿Se ofrece información sobre la sede social del medio informativo y el lugar físico de ejecución de actividades?</i>	✓	✓	✓	✓
<i>¿Se informa de las mediciones de campo electromagnético de las estaciones transmisoras?</i>	✓	✓	✓	✓

Tabla 4 – Producción de información y acceso a contenidos

Desde el punto de vista de los contenidos, cabe mencionar el alto nivel de cumplimiento que hay por parte de la televisión pública con respecto a los bloques anteriores. La web de TVN, a través del apartado “Información corporativa”, clasifica parte de los contenidos que han permitido validar positivamente muchos de los indicadores. De este modo, se puede decir que el canal cuenta en su portal con una pestaña, denominada “Línea editorial”, que recoge las políticas que sigue la organización para orientar una programación basada en el pluralismo y la diversidad de públicos. Asimismo, la web alberga un texto, designado “Orientaciones programáticas”, que autorregula aspectos como el tratamiento que el canal debe dar a colectivos sensibles como niños y adolescentes, adultos mayores o personas con discapacidad. Otros aspectos positivos, en relación con la validación de indicadores dentro del bloque, están relacionados con las posibilidades de participación del usuario, bien sea a través de las redes sociales del medio como del espacio “TVN Responde”. Por su parte, Mega cuenta con un documento, al que se accede con facilidad, que recoge elementos como los derechos de los periodistas o códigos de autorregulación, en relación con contenidos para niños que permiten validar los indicadores que exigen el cumplimiento de esos factores. A nivel de acceso, la web cuenta con varias redes sociales operativas que facilitan la participación del usuario. Del mismo modo, los seguidores del canal pueden acceder, tanto a los programas de Mega como a los ofertados por el resto de los sitios que pertenecen a su red. Sin embargo, esta ventana *online* no tiene un espacio habilitado que permita al espectador valorar esos contenidos.

Chilevisión presenta una guía editorial pública que permite que el ciudadano conozca de forma pormenorizada cómo se construyen los procesos periodísticos, cuáles son los límites de los y las periodistas con respeto a la línea editorial, además de los derechos de las audiencias. Igualmente, en el ámbito formal, existen redes sociales operativas, un formato adaptado a todos los dispositivos e información sobre programación. Como punto negativo, no existe ningún mecanismo que permita la participación de los televidentes de forma individual o agregada: ni formularios de contacto, ni control de calidad, ni datos de las audiencias. En Canal 13, a pesar de ser este el apartado con mejor resultado, la información no deja de ser insuficiente. El cumplimiento con la formalidad de las parrillas, el imperativo legal de campo de medición electromagnético, su sede o el histórico de contenidos, no permite conocer elementos básicos como la línea editorial, el tratamiento de colectivos prioritarios o derecho ciudadanos con el de rectificación.

#### **4. Conclusiones y discusión**

La transparencia y el acceso a la información pública en las televisiones de Chile es manifiestamente deficitaria (todas situadas entre el “insuficiente” y “regular” en resultados globales, con varias categorías en el “deficiente”), con una diferencia reseñable entre la corporación pública que aprueba (TVN, con un índice de transparencia de 58,59375) y las entidades privadas que suspenden: Chilevisión (32,8125); Megavisión (25) y Canal 13 (21,875). Esto deriva, principalmente, de las obligaciones legales que le imponen a la televisión pública y de las pocas existentes a las privadas, que actúan más por voluntad informativa que por imperativo legal. TVN aprueba esta auditoría y se manifiesta como una de las empresas informativas que más y mejor información ofrece a la ciudadanía. Independientemente de la obligación por ser una entidad a la cual le afecta de forma general la ley N°20.285, existen otros muchos indicadores que

se cumplen por la voluntad expresa de la dirección de disponer de datos muy amplios, sobre todo, en el apartado de producción de información y acceso a contenidos. No es el caso de las entidades privadas, que disponen de una muy escasa información y volcada principalmente en el ámbito de la relación comercial con el ciudadano (programación) y con el cliente (publicidad). Este hecho pone de manifiesto dos conclusiones: la primera, la reconsideración de la utilización de una misma metodología en el caso chileno para evaluar de forma comparada ambos entes, o, por lo menos, hacerlo en un mismo *paper*; la segunda conclusión, la indefensión del ciudadano, desde el punto de vista informativo y de participación, ante las empresas informativas privadas que trabajan con un bien de servicio público. A diferencia de otras latitudes, y como discusión, el centro de gravedad se sitúa en la propiedad y no tanto en el producto, lo que no deja de ser una concepción excesivamente mercantilista y que no promueve la protección de los derechos de las personas.

En general, la información institucional que se otorga es de carácter principalmente nominal y superficial, esto es, se ofrecen datos –más o menos extensos- sobre los encargados de dirigir desde el punto de vista empresarial o periodístico las áreas de gestión o producción de la entidad. Esto, en efecto, permite la identificación por parte del ciudadano de quiénes son las personas responsables a la hora de rendir cuentas –se cumpliría, por lo tanto, un primer nivel de la transparencia–, aunque no ofrece ningún tipo de información sobre sus responsabilidades. Como tercera conclusión, no se visualiza la gestión de los recursos colectivos y la incorporación de otros sectores o grupos de interés al ámbito de la gobernanza como concepto más allá que el de gobierno. Como parte positiva, y que afecta muy directamente a la concepción del pluralismo informativo, se informa –aunque parcialmente– de la pertenencia del ente a un conglomerado mayor, lo que permite tener una visión mucho más clara de la conformación del sistema mediático chileno. Desde el punto de la información económica y de infraestructura, las corporaciones privadas no otorgan ningún tipo de datos sobre sus presupuestos y sobre su ejecución, mostrando una enorme incapacidad de acceso que sí muestra TVN de una forma aceptable. En base a lo expuesto, y como cuarta conclusión, la información disponible impide comprender su modelo de negocio, su forma de gestionar recursos económicos y el impacto que genera en la sociedad como empresa.

En el ámbito de la producción de la información existe una buena referencia a códigos deontológicos o normas de actividad profesional desde la perspectiva del funcionamiento de las redacciones (perspectiva interna), como sobre el tratamiento de la información de la sociedad en su conjunto (pautas de producción), sobre el individuo en particular (derecho a la imagen), o sobre el ciudadano, en tanto que pertenece a un colectivo vulnerable (mujer, inmigrante, persona mayor, niño). Esto es indispensable para que se conozcan las bases sobre las cuales se sustentan los procesos periodísticos, al igual que ofrecer herramientas para la participación ciudadana: un elemento clave para mejorar los procesos de rendición de cuentas y para la recuperación de la legitimidad de los servicios públicos de radiotelevisión. No obstante, y como quinta conclusión, se puede decir que las televisiones chilenas no generan participación: existe una ruptura de la secuencia información-participación, incluido en este caso el ente público, ya que no se otorgan figuras institucionalizadas (defensor del televidente) ni normas claras que permitan a los ciudadanos involucrarse en los procesos para una efectiva gobernanza.

En forma de discusión, y comparando con los resultados precedentes, se debe poner de relieve que las televisiones de Chile siguen la pauta marcada por otro tipo de estados iberoamericanos, como Ecuador, Colombia, Perú, Bolivia, España o Portugal: entes públicos sujetos a la ley que tienen mejor y más expansiva información pública, y empresas privadas que, dependiendo del Estado, sí están sujetas a la ley y no la cumplen o, al no estarlo, se les deja a la voluntad de sus direcciones el otorgar información y herramientas de participación a sus ciudadanos. Es importante que para futuras investigaciones se aplique el IT a la totalidad de televisiones públicas y privadas de la región a través de esta metodología (adaptando al contexto de cada una de ellas), presentando clasificaciones globales para lo que, en la perspectiva de ser más fidedignos, debe diferenciarse entre públicas y privadas.

**Agradecimientos:** *Los resultados de este artículo forman parte de los trabajos exploratorios del proyecto de I+D “Indicadores de Gobernanza, Financiación, Rendición de Cuentas, Innovación, Calidad y Servicio Público de las RTV Europeas Aplicables a España en el Contexto Digital” (CSO2015-66543- P), del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España; de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación XESCOM (ED341D R2016/019); del Observatorio de Transparencia y Buen Gobierno del Ecuador del grupo de investigación Medios, Tecnologías Aplicadas y Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra; del proyecto de I+D+I sobre “Nuevos valores, gobernanza, financiación y servicios audiovisuales públicos para la sociedad de Internet: contrastes europeos” del Programa “Retos de Investigación” del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España de la convocatoria de 2018.*

## Referencias

- Banco Mundial. (2016). PIB per cápita. *Banco Mundial*. Recuperado de: <https://goo.gl/GHCwQa>
- Cabezas-Mardones, C. (2014). Transparencia activa: Gestión de documentos electrónicos y datos en Chile. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, 93, 1–18.
- Cobo-Romaní, N. (2015). *Problemas contemporáneos de la transparencia y la exigencia de mayor transparencia en Chile*. (Tesis doctoral). Departamento de Derecho Administrativo, Financiero y Procesal. Universidad de Salamanca.
- Consejo Nacional de Televisión (2018). Anuario estadístico oferta y consumo de TV abierta. *Consejo Nacional de Televisión*. Recuperado de <https://goo.gl/EBdr6W>
- Cruz-Rubio, C. N. (2015). ¿Qué es (y que no es) gobierno abierto? Una discusión conceptual. *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*, 37–53. DOI: 10.13140/RG.2.1.4953.0961
- Fernández Lombao, F. (2015). La página web como espacio de transparencia de las radiotelevisiones públicas. In C. Mateos y J. Herrero (Coords.) *La pantalla insomne. VII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, La Laguna, España

- Gutiérrez, M. B., y Casetti, M. M. (2014). Una mirada a la ley de transparencia en Chile: aspectos que condicionan su logro en lo municipal. *Via Inveniendi Et Iudicandi*, 9(2), 41–59. DOI: 10.15332/s1909-0528.2014.0002.02
- López-López, P. C., López-Golán, M., & Puentes-Rivera, I. (2017). Hypertransparency and new technologies: analysis of public information in TVE and RPT. In *Information Systems and Technologies (CISTI), 2017 12th Iberian Conference on* (pp. 1-6). IEEE. DOI: 10.23919/CISTI.2017.7976023
- López-López, P. C., Puentes-Rivera, I., y Rúas-Araújo, J. (2017). Transparencia en televisiones públicas: desarrollo de indicadores y análisis de los casos de España y Chile. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 253–272. DOI: 10.4185/RLCS, 72-2017-1164
- López-López, P. C., Vaca-Tapia, A. C., y Molina Rodríguez-Navas, P. M. (2017). La transparencia en las televisiones del Ecuador: una revisión legal de la información pública. *Revista ComHumanitas*, 8(1), 137–158.
- Martínez Moscoso, A. (2014). La transparencia y acceso a la información pública a través de las TIC. La L.O.T.A.I.P. en Ecuador y la brecha digital. Fortalezas, oportunidades y retos. En: J.M Canales & A. Martínez Moscoso (Coord). *El buen gobierno desde una perspectiva iberoamericana. Un especial análisis del caso ecuatoriano* (pp. 65-87). Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.
- O'Donnell, G (2001). Accountability horizontal: la institucionalización legal de la desconfianza política. *Isonomía: Revista de Teoría y Filosofía del Derecho*, (14), 7–31. Recuperado de <https://goo.gl/J2Usxn>
- Organización de las Naciones Unidas (2016). Informe sobre el desarrollo humano 2016. *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado de <https://goo.gl/iFoAjU>
- Ramírez-Alujas, Á. V. (2010). Innovación en la gestión pública y open government (gobierno abierto): Una vieja nueva idea. *Revista Buen Gobierno*, 9, 94–133
- Redondo-García, M., y Campos-Domínguez, E. (2016). La transparencia mediática como mecanismo de autorregulación: análisis de su presencia en las webs de los principales medios españoles. *Ámbitos*. 32, 1–19.
- Sousa De Oliva, J.D (2010). *La experiencia de Chile en la transparencia y acceso a la información: el cambio institucional del gobierno central ante las nuevas disposiciones normativas*. Santiago de Chile: Universidad de Santiago de Chile. Recuperado de <https://goo.gl/41tbn9>
- Transparencia Internacional (2018). Índice de Percepción de la Corrupción 2017. *Transparencia Internacional*. Recuperado de <https://goo.gl/2BvUWc>
- Vidal de la Rosa, G. (2008). La Teoría de la Elección Racional en las ciencias sociales. *Sociológica (México)*, 23(67), 221–236. Recuperado el 07 de marzo de 2018, de <https://goo.gl/AtgnYj>