



Recibido: 17/06/2018

Aceptado: 30/06/2018

Desde la entrada en vigor de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y de las sucesivas leyes autonómicas, han sido muchos los cambios que han experimentado las administraciones públicas, especialmente las de mayor tamaño, en sus relaciones con la ciudadanía y en el tratamiento de la información pública sometida a ellas.

Desde el punto de vista del periodismo, estas normas deberían haberse considerado como un gran paso y una buena oportunidad para desbloquear el acceso a la información, antes tortuoso y ahora aparentemente abierto; deberían haber sido entendidas como elemento facilitador del conocimiento de cuestiones tan básicas y esenciales como la gestión de la cosa pública en todos y cada uno de sus perfiles, de forma que los datos, en el caso de la publicidad activa, estuvieran permanente actualizados, disponibles para su consulta y explotación, o que fueran fácilmente obtenibles en el ejercicio del derecho de acceso que prevén estas mismas normas.

En el caso de Andalucía, que dispone de Ley propia desde el año 2014 (Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía) y autoridad independiente (Consejo de Transparencia y Protección de Datos desde 2015), la entrada en vigor de esta norma no fue acompañada de la necesaria dotación de los recursos mínimos e imprescindibles (formación, herramientas informáticas etc...) para desplegar sus efectos inmediatamente. Seguramente por ello, aun siendo significativa la evolución en este campo, no ha sido prácticamente hasta este año cuando el sistema ha comenzado a funcionar con mayor regularidad. Por ejemplo, hasta 2018 no se ha presentado el Portal de Datos Abiertos; también es reciente la publicación por parte del Consejo en su web de las resoluciones que ha dictado por incumplimiento de publicidad activa (115 a fecha de 15 de junio de 2018, de las cuales, por cierto, el 82% se presentan contra ayuntamientos) y de aquellas que se corresponden a otro tipo de reclamaciones sobre el derecho de acceso, las cuales están disponibles para su consulta en formato pdf desde el segundo trimestre de 2016. En esta misma línea, las estadísticas sobre la aplicación de la Ley comienzan a ofrecerse desde septiembre de 2017 lo que nos permite comprobar cómo existe un incremento paulatino del interés de la ciudadanía por la transparencia, pasando de las 3.372 solicitudes de información tramitadas desde la entrada en vigor de la Ley y hasta el 31 de agosto de 2017, a 4.594 solicitudes tramitadas hasta el 4 de abril de 2018.

Que la información no nos pertenece, debería ser dogma para todas las administraciones públicas y para aquellas entidades privadas que se nutren de forma directa,

en mayor o menor medida, de fondos públicos; de ahí que las leyes de transparencia deberían ser aliadas de los periodistas en su labor de servicio público llamado a garantizar el derecho a la información de la ciudadanía.

Sin embargo, la realidad es bien distinta y lejos de haber generado confianza en los profesionales, los portales de transparencia no han logrado situarse en la agenda de los periodistas como fuentes expertas y fidedignas de información. Aunque el carácter de la norma, que no prevé la identificación de la persona o entidad que realiza la consulta, dificulta la posibilidad de conocer de manera exacta quiénes son los colectivos que mayor uso realizan de las distintas opciones de consulta, esta escasa trascendencia se ha constatado en los diferentes encuentros y jornadas en los que participan estos profesionales de la información.

Esta realidad puede deberse a diversos factores. El primero de ellos, el escaso conocimiento que existe respecto de las posibilidades que ofrecen tanto la normativa como las plataformas. La ingente cantidad de conjuntos de datos que por ejemplo se ofrecen en diferentes portales --hasta 500 en el caso del Portal de Datos Abiertos de la Junta de Andalucía-- no ha sido suficientemente dada a conocer ni está siendo explotada de forma destacada por la ciudadanía en general, pero menos aún por los periodistas. En el reciente encuentro celebrado en Sevilla durante la Semana de la Administración Abierta, fue justamente esta una de las cuestiones que plantearon algunos de los ponentes: se está realizando un notable esfuerzo por parte de algunas administraciones por ofrecer datos en formatos adecuados para su tratamiento y que tienden a cumplir con los principios básicos (datos completos, primarios, oportunos, accesibles, procesables y estructurados, etc...) que sin embargo no están teniendo prácticamente uso por parte de terceros.

El segundo de los factores que podrían estar contribuyendo a esta desconfianza o falta de uso referencial de los portales de transparencia por parte de los periodistas es la necesidad de formación especializada tanto para la consulta como para la propia explotación, tratamiento y presentación de los datos, de forma que los ceros y unos se conviertan en noticias o información de interés para la ciudadanía. Los planes de estudios de los diferentes grados en periodismo deberían incorporar estos conocimientos de forma inmediata a sus contenidos porque sin duda, deben formar parte de las competencias de los profesionales futuros. Respecto de los actuales, es evidente que los medios deben invertir en formar a sus periodistas (una cuestión complicada dada la situación y las condiciones laborales del sector) de forma que puedan utilizar estos recursos como fuentes y elementos habituales de trabajo.

El tercer elemento a tener en cuenta es que para que el trabajo de consulta y explotación fuera útil y los datos que se nos ofrecen fueran confiables, el acceso a las fuentes debería estar efectivamente abierto; es decir, el hecho de que la propia administración prepare los datos para ofrecerlos a la ciudadanía genera de por sí una desconfianza

Periodismo, periodistas y transparencia: condenados a entenderse

hacia lo que se nos ofrece, quedando bajo la sospecha de la "cocina creativa" a la que los datos pueden estar sometidos.

Por tanto, desinformación, desconocimiento y falta de confianza son elementos que pueden estar detrás del escaso impacto que las novedades que han traído las distintas leyes de transparencia ha tenido entre los periodistas, con carácter general.

La incoherencia que por otra parte supone la ausencia de periodistas al otro lado de la transparencia, es decir, en el ámbito de las administraciones que trabajan esta competencia y desarrollan las obligaciones derivadas de la norma, es sin duda un elemento llamativo. Y ello por distintos motivos: uno básico es que la información que se ofrece en este caso a la ciudadanía ha de ser ante todo entendida por las personas destinatarias. Los periodistas justamente se dedican a esto: a transmitir información de forma que el mensaje sea comprensible. Por tanto, como Colegio Profesional de Periodistas consideramos que las figuras que se están empezando a crear en algunas administraciones de "técnicos de transparencia", guardan una perfecta identidad con las personas tituladas en Periodismo; ello además permitiría ofrecer la información con un enfoque menos administrativista y más cercano a una nueva forma de comunicación entre las administraciones y la ciudadanía, que es algo que se sitúa en la base de los principios de la transparencia. Al mismo tiempo, consideramos que en el ámbito de la participación institucional, los Consejos de Transparencia deben contar entre sus filas con representantes del sector de la información, de forma que esta perspectiva, complementada con la que aportan constitucionalistas y expertos en derecho administrativo o incluso informáticos, que suelen ser los perfiles más habituales en estos órganos, transmitan más garantías a los propios profesionales (en el caso de Andalucía, ninguno de los expertos o miembros efectivos de la Comisión Consultiva representa al sector de la información o tiene un perfil profesional relacionado con éste).

Las administraciones aún deben superar algunos tabúes que se encuentran en los orígenes de la gestión más arcaica de la cosa pública, eludiendo la permanente pregunta de "para qué quiere usted la información" y transformando el lenguaje más allá de los boletines oficiales. El miedo a la pérdida de rigor se supera con expertos en comunicación formados en transparencia e incorporados al otro lado de la ventanilla de cristal hasta conseguir que incluso esta desaparezca.