
EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS DE USABILIDAD Y REUTILIZACIÓN DE INFORMACIÓN EN EL PORTAL DE LA TRANSPARENCIA DE ESPAÑA

Evaluation of usability and reuse information aspects in the Spanish Transparency Portal

Diego Martinez Moya

Universidad de Murcia – Facultad de Comunicación y Documentación – Máster Universitario en Gestión de Información en las Organizaciones – Campus de Espinardo (30100) – dmm10@um.es

Resumen

Los aspectos de usabilidad y reutilización están presentes de un modo muy variable según los diferentes tipos de información de publicidad activa incluidos en el Portal de la Transparencia del Gobierno de España. A partir de la identificación individualizada de características medibles se propone un instrumento de análisis y observación con el fin de aportar una visión más operativa de las mejoras necesarias para conseguir la máxima calidad de servicio desde el punto de vista del usuario final de la información en materia de acceso, uso y reutilización de la misma.

Palabras clave: Transparencia, Publicidad Activa, Portal de la Transparencia, Ley de Transparencia, Reutilización de Información, Gobierno Abierto, Usabilidad.

Abstract

Usability and information reuse aspects are changeably present depending on the kind of active publicity included in the Spanish Transparency Portal. From the individual identification of measurable characteristics, an analysis and observation instrument is proposed with the objective of giving a more operating vision of the improvements that are needed to obtain the highest service quality according to the final user of the information in access and its use and reuse.

Keywords: Transparency, Active Publicity, Transparency Portal, Transparency Act, Information Reuse, Open Government, Usability.

1. Introducción

La implantación de una cultura de transparencia en las administraciones públicas, tanto en el ámbito estatal como autonómico, regional y local es un tema de actualidad en todos los ámbitos sociales, políticos y económicos de nuestro país. En España, en el ámbito estatal, la aprobación de la Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno en el año 2013, así como su materialización al año siguiente en el Portal de la Transparencia del Gobierno de España marcan el recorrido del Gobierno en este aspecto. Existen numerosos estudios, desde el punto de vista jurídico y legal, que analizan dicha ley, la puesta a disposición de la información contenida en la misma y la diferenciación entre publicidad activa y ejercicio del derecho de acceso a la información pública.

El desarrollo por parte de la administración pública de un proyecto de gran envergadura como el desarrollo del Portal de la Transparencia supone un gran esfuerzo en materia de gestión de información. Con el fin de fomentar el empoderamiento y la participación ciudadana a partir de la puesta a disposición de la información en línea, debe promoverse que dicha información cumpla unos criterios de calidad, usabilidad, y accesibilidad para que el ciudadano logre encontrarla, revisarla, analizarla y en su caso, reutilizarla. Se hace necesario por tanto, abordar el análisis de la puesta a disposición de la información desde el punto de vista del usuario final: el ciudadano. El presente trabajo se centra en analizar en qué manera la información publicada en materia de publicidad activa en el Portal de la Transparencia del Gobierno de España es finalmente puesta a disposición del mismo, atendiendo a los criterios anteriormente nombrados.

A partir del estudio de las actuaciones llevadas a cabo en materia de publicidad activa por parte del Gobierno de España, de la identificación de los principios que debe cumplir la información puesta a disposición de los ciudadanos y de la identificación de los factores sociales que pueden afectar a las políticas de transparencia se propone un instrumento de análisis y observación que permitirá testar dicho portal con el fin de aportar una visión analítica del estado en que se encuentran en materia de acceso, uso y reutilización las diferentes informaciones publicadas.

1.1 Gobierno abierto y transparencia informativa.

El desarrollo de Internet y de la sociedad de la información como fenómeno global en la vida social de nuestro mundo está produciendo un incuestionable cambio de paradigma en la forma en la que los ciudadanos se relacionan -o quieren relacionarse- con los gobiernos, permitiendo interaccionar a gobernantes y gobernados en planos horizontales, y sin que ningún otro agente intermedie en esa conversación (César y Lorenzo, 2010). En este sentido, surge el concepto de "gobierno abierto", que se presenta como un nuevo modelo de relación entre los gobernantes, la administración pública y la ciudadanía en general, y se basa en tres principios fundamentales, recogidos en el Memorándum de Transparencia y Gobierno Abierto del Gobierno de EEUU (2009): Transparencia, Participación y Colaboración.

Como indica el Estudio sobre Objetivos, Estrategias y Actuaciones Nacionales e Internacionales en Materia de Gobierno Abierto (1), existe unanimidad acerca de que los tres principios anteriormente nombrados son los pilares que soportan la creación de un gobierno abierto, siendo adoptados como modelo en las actuaciones llevadas a cabo en los distintos países de la Unión Europea. El modelo de gobierno abierto se extiende por todos los países del mundo como un instrumento cada vez más demandado por los ciudadanos, que reclaman una mayor participación en la gestión de los asuntos públicos y en el control de los ingresos obtenidos con sus impuestos. La revolución tecnológica que supone Internet permite alcanzar unos niveles de transparencia informativa impensables hace unos años (Blanes Climent, 2013).

La transparencia informativa es el pilar básico y fundamental del gobierno abierto para los ciudadanos. Si la sociedad no puede acceder a la

información pública (porque no está disponible, o porque está disponible de manera que no puede resultar útil) no es posible que se puedan desarrollar los otros dos pilares del gobierno abierto: la participación y la colaboración. Generalmente, la transparencia ha sido clasificada por los autores como transparencia activa o transparencia pasiva. La transparencia activa se asocia con el término "publicidad activa" mientras que la transparencia pasiva se relaciona con el derecho de acceso a la información pública. Según Villoria (2014) la publicidad activa se diferencia del derecho de acceso en la actitud de los poderes públicos a la hora de aportar datos a la ciudadanía. En la publicidad activa, el gobierno pone los datos a disposición de la ciudadanía de manera proactiva. En el derecho de acceso, el gobierno responde a las demandas de documentos que le hace la ciudadanía, es decir, de manera reactiva.

Una clasificación más completa es la que realiza Zárte (2012) que además introduce el concepto de transparencia colaborativa:

1. Transparencia activa: Se caracteriza como una obligación de la administración a publicar la información. Esto es, todo lo que va produciendo la administración debería ser visible, fácilmente localizable y expresado con claridad.
2. Transparencia pasiva: Se caracteriza como un derecho de la ciudadanía a recibir la información pública que solicite. Es el famoso derecho de acceso a la información pública. La transparencia pasiva es costosa, ya que implica una solicitud, un tratamiento de información y una entrega, caso a caso, y por eso es especialmente importante diseñar un procedimiento ligero y eficiente.
3. Transparencia colaborativa: Se caracteriza como una obligación de la Administración a publicar los datos crudos y como un derecho de la ciudadanía a procesarlos para producir nueva información. De esa manera, la administración pública su rendición de cuentas, mientras que la ciudadanía puede llevar a cabo su propia evaluación, que puede no ser coincidente. Introduce, por tanto los conceptos de corresponsabilidad y de control ciudadano.

La transparencia activa debe ir acompañada de una transparencia colaborativa, de manera que no solo la sociedad pueda disponer de la información, sino que pueda ser capaz de contrastarla y/o elaborar nueva información y generar conocimiento a partir de la misma. Por tanto, la publicidad activa, con datos reutilizables y fuerte interoperatividad, es la vía más adecuada para generar transparencia (Zárate, 2012).

1.2 Reutilización de la Información en el Sector Público (RISP).

La iniciativa de apertura de datos gubernamental (en inglés 'Open Government Data') es una iniciativa mundial que promueve que la información y los datos que están en poder de las administraciones públicas se expongan y se hagan accesibles de forma que estén disponibles para su redistribución, para su reutilización y para su aprovechamiento, sin restricciones, por parte de los ciudadanos y las empresas (Díez y Millán, 2011). Los fundamentos sobre los que se sustenta el 'Open Government Data' son la transparencia, la colaboración, la participación y la generación de riqueza económica. Continúan afirmando los autores que la reutilización de la información del sector público es uno de los objetivos principales de las iniciativas Open Data. De esta manera la sociedad (ciudadanos, empresas, instituciones, etc.), puede acceder fácilmente para informarse o para crear nuevos productos y servicios, aumentando el valor social y también el valor comercial.

La Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público -art.3-, define a ésta como:

“el uso de documentos que obran en poder de las administraciones y organismos del sector público, por personas físicas o jurídicas, con fines comerciales o no comerciales, siempre que dicho uso no constituya una actividad administrativa pública”.

En ella se establecen 4 condiciones generales de reutilización -art.8-:

- a) El contenido de la información no debe ser alterado.
- b) No se debe desnaturalizar el sentido de la información.
- c) Se debe citar la fuente.

- d) Se debe mencionar la fecha de la última actualización.

La adecuada reutilización de la información del sector público revierte en un conjunto de beneficios para los ciudadanos, las empresas y las administraciones públicas. En concreto para los ciudadanos dicha reutilización ofrece la posibilidad de mejorar su información y conocimiento acerca de las actividades del sector público, haciéndolas más transparentes y cercanas. También, en la realización de sus tareas cotidianas, el ciudadano puede beneficiarse de servicios de valor añadido basados en RISP, o incluso generar él mismo más servicios y productos según sus necesidades (2).

2. Políticas de transparencia en el ámbito estatal.

Al comienzo de esta década, España era el único miembro del Consejo de Europa con una población de más de 1 millón de habitantes que no disponía de una ley específica de transparencia y acceso a la información pública. En el año 2013 fue publicada la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Se trata de una ley considerada desde las propias instancias gubernamentales como la ley más importante de la actual legislatura.

Sin embargo, a pesar de haber sido una de las últimas leyes europeas en materia de transparencia en aprobarse, cuenta con algunas deficiencias, dejando fuera principios básicos como el reconocimiento del derecho de acceso a la información como un derecho fundamental, algo que sí ocurre en el ámbito internacional. Con una puntuación de 73 puntos (sobre un total de 150) según la Escala Global de Acceso a la Información (3), quedaría situada en el puesto 72 de 96 en leyes de transparencia según Access Info Europe (4). En cuanto al contenido de la ley, el capítulo II referido a publicidad activa recoge en su artículo 5 que la Administración General del Estado (así como todos los sujetos incluidos en el ámbito subjetivo de aplicación de dicha ley) publicará

“de forma periódica y actualizada la información cuyo conocimiento sea relevante para garantizar la transparencia de su actividad relacionada con el funcionamiento y control de la actuación pública”.

Dicha información sujeta a las obligaciones de transparencia

“será publicada en las correspondientes sedes electrónicas o páginas web y de una manera clara, estructurada y entendible para los interesados y, preferiblemente, en formatos reutilizables”.

Continúa además estableciendo:

“se establecerán los mecanismos adecuados para facilitar la accesibilidad, la interoperabilidad, la calidad y la reutilización de la información publicada así como su identificación y localización”.

Tal y como la Ley de Transparencia estipula, un año después de su entrada en vigor se puso en marcha el Portal de la Transparencia del Gobierno de España (5), que facilitará el acceso de los ciudadanos a toda la información a la que se refieren los artículos anteriores relativa a su ámbito de actuación (artículo 10). La existencia de un único portal para acceder a toda la información de la Administración General del Estado facilita una única puerta de entrada a la información (Fernández Ramos, 2014).

Desde el punto de vista del usuario, la sensación que el portal ofrece en un primer vistazo es de un aspecto sencillo y minimalista. En cuanto a arquitectura, la información contenida en materia de publicidad activa se articula en 3 grandes bloques: Institucional, Normativa y Económica, jerarquizada en tres niveles. Desde el punto de vista técnico, la concepción y desarrollo de los aspectos técnicos del Portal de la Transparencia han resultado tecnológicamente complejos, por la multiplicidad de las fuentes de información y la heterogeneidad de los modelos de datos y de los esquemas de interoperabilidad acordados para nutrir la “publicidad activa”. En palabras de Cubo (2015), Subdirector General de Impulso de la Administración Digital y Servicio al Ciudadano del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y responsable del desarrollo del Portal de la Transparencia, el desarrollo ha supuesto un reto tecnológico muy complejo en cuanto a la recogida de publicidad activa debido a las múltiples fuentes de información, centralizadas o distribuidas, con modelos de datos y formatos de intercambio heterogéneo así como a la necesidad de un tratamiento y publicación personalizada para cada tipo de información.

En cuanto al contenido incluido en el portal, es altamente dinámico, procede de 23 fuentes de

datos diferentes (centralizadas o distribuidas) que cuentan con modelos y formatos de intercambio heterogéneos de actualización diaria y automática, y donde convive información indexada, enlazada o mixta. A partir del análisis preliminar de los activos de la información calificada como “publicidad activa”, desde el Observatorio de Administración Electrónica (6) se han identificado diversas categorías en función de su fuente y de la forma en que será ofrecida al Portal de la Transparencia y se pueden resumir en lo siguiente:

- Centralizada: Cuando proviene de un único origen de información
- Distribuida: Cuando la información relativa a una misma materia proviene de fuentes múltiples.
- Mixta: Dentro de este tipo de información, existirán partes que provienen de fuentes centralizadas, y otras, distribuidas.
- Enlazada: La información no se captura en el Portal de la Transparencia, sino que desde allí, se remite a otro portal especializado.

Detrás de esa apariencia sencilla y minimalista que el Portal de la Transparencia ofrece a sus usuarios se esconde un desarrollo tecnológicamente muy complejo, un reto que va más allá del desarrollo de un simple portal.

Aunque para la mayoría de los usuarios "la interfaz es la aplicación", puesto que es la parte que ven y a través de la cual interactúan (Harrison, 1998), debemos entender que la usabilidad de la aplicación depende no sólo del diseño del interfaz, sino también de su arquitectura - estructura y organización -, en otras palabras, del componente no visible del diseño (Hassan et al., 2004).

Por tanto, se hace necesario un análisis del portal desde el punto de vista de la usabilidad, entendiéndolo esta no solo como la medición del grado de satisfacción de las expectativas por parte de los usuarios en un contexto específico (ISO, 1998), sino atendiendo a criterios de estructura y organización de los contenidos en el portal, pues de estos dependerán de manera directa la satisfacción o no de dichas expectativas.

3. Principios de la información publicada en materia de transparencia activa.

Según Blanes Climent (2013) la información pública (aquella que poseen las entidades públicas) puede ser de tres tipos:

1. Favorable: no solo no se oculta, sino que los logros o éxitos se publicitan de forma propagandística;
2. Reutilizable: si la información puede ser utilizada por otros operadores, con una finalidad comercial o no, contemplándose la posibilidad de cobrar por facilitarla
3. Desfavorable o contraria a los intereses de las autoridades que dirigen los poderes públicos: se trata de ocultar o disimular por todos los medios y es el ámbito específico en el que debe operar la máxima transparencia posible.

En particular, la información que se resiste a ser publicada de forma proactiva, es toda aquella que permite a los ciudadanos controlar la gestión de los asuntos públicos, exigir la rendición de cuentas a las autoridades y denunciar casos de despilfarro o corrupción.

Aunque pueda parecer contradictorio, a veces la denominada transparencia es opaca (Cotino Hueso, 2012), su finalidad no es ayudar al ciudadano a controlar y a conocer, sino dar la imagen de que el gobierno se abre, cuando en realidad trata de evitar el control y la sanción ciudadana. Además, no se debe equiparar transparencia y acceso a la información. Para conseguir un sistema transparente no basta con el acceso a los datos, se necesita acompañar la información de la claridad suficiente para su comprensión por parte de los ciudadanos (Aranda Álvarez, 2013). Aumentar la publicidad no significa necesariamente incrementar la transparencia, puesto que "hay que generar conocimiento, que es el auténtico valor de la transparencia informativa" (Manfredi Sánchez, 2007). En este sentido, Etzioni (2010) hace ver que las piezas de información de las instituciones suelen ser dispuestas de un modo que proveen poca transparencia de facto, por los formatos y porque hay numerosas circunstancias adicionales que impiden a las personas procesarlas y actualizarlas en relación con sus intereses y problemas concretos.

En materia legislativa, una interpretación más completa que la incluida en la Ley de Transparencia sobre la forma en que la información debe ser puesta a disposición de los ciudadanos se recoge en la Ley 29/2010, de 3 de agosto, del uso de los medios electrónicos en el sector público de Cataluña -art.9- que indica que la información del sector público que se difunde por medios electrónicos debe ser:

1. Actualizada, que indique la fecha de la última actualización y que retire los contenidos obsoletos.
2. Objetiva, de manera que la información que se difunde por medios electrónicos debe ser completa, veraz y precisa.
3. Útil, para que sea fácilmente usada por los ciudadanos en el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones.
4. Accesible, de acuerdo con los estándares vigentes. Según Meijer (2013), la manera en que la información se entrega es un punto clave para analizar la transparencia. En este sentido, el informe "Las TIC en el Gobierno Abierto: Transparencia, Participación y Colaboración" de la Fundación Telefónica (2013) indica que para conseguir una plena transparencia, la información proporcionada debe cumplir una serie de requisitos:
 - Garantizar la completitud de los datos, con el mayor nivel de granularidad posible y excluyendo únicamente la información sensible.
 - Proporcionar datos primarios, recopilados en la fuente de la información y sin tratamiento previo, sin excluir que se les añada "conocimiento" adicional.
 - Actualizar los datos con la frecuencia suficiente como para mantener su valor.
 - Garantizar la accesibilidad de los datos, para cualquier usuario y propósito sin discriminación.

- Proporcionar los datos en formatos abiertos, que no sean controlados por ninguna entidad en exclusiva y con capacidad de ser procesados automáticamente, proporcionando acceso directo a los datos y estructuras que lo faciliten.
- Ofrecer los datos con licencias no restrictivas, con datos no sujetos a copyright, patentes u otras restricciones, más allá de las lógicas por motivos de privacidad o seguridad.

Por tanto, la publicidad activa no solo debe cumplir una serie de principios que garanticen que la información sea accesible, usable y entendible sino que deben cumplirse también unos principios que permitan que la información pueda ser verificada, contrastada o utilizada para realizar nuevas informaciones.

4. Factores sociales que afectan a las políticas de transparencia.

Queda fuera de duda la gran complejidad y esfuerzo que ha supuesto el desarrollo de un proyecto de tal envergadura como el Portal de la Transparencia. Pero el resultado final de todo ese esfuerzo puede verse afectado si la información finalmente puesta a disposición de la sociedad no resulta útil, bien porque no es accesible y/o entendible por la mayoría que forma en conjunto de la sociedad, bien porque dicha información no resulta verificable y contrastable y por tanto no genera confianza. Desde el punto de vista del conjunto de la sociedad, varios son los factores principales que pueden dificultar que la información disponible en materia de publicidad activa en el Portal de la Transparencia repercuta de forma satisfactoria en la sociedad: la brecha digital y la poca confianza de la sociedad en sus gobernantes y en la información que ofrecen las instituciones.

Según el informe siE[14 de la Fundación Telefónica (7), España es el país más conectado de Europa con 26,2 millones de usuarios de Internet (1,45 millones más que en 2013), de los cuales el 93,5% navega todas las semanas y el 78,7%, todos los días. Pero, como indica Cantijoch (2014), entre aquellos que ya acceden y usan internet existe también una nueva dimensión de la desigualdad digital tal que se manifiesta en las diferentes habilidades de los usuarios para navegar la red y aprovechar las oportunidades que ésta ofrece. Esta desigualdad

digital se traslada a la esfera política: aquellos que son más hábiles en internet son más capaces de realizar actividades políticas en la red y fuera de ella.

En palabras de Zafra Díaz (2013), surge una nueva oportunidad para el periodismo de datos, ya que la ciudadanía necesita de profesionales en la búsqueda, análisis y presentación de la información para evitar la posibilidad de que una parte de la ciudadanía quede al margen de esa sociedad transparente por falta de acceso a las infraestructuras, de conocimientos adecuados o, sencillamente, por razones económicas y de estatus social. Pero no solo el sector infomediario (movido seguramente por intereses económicos), puede actuar de intermediario. Las asociaciones pro-transparencia u ONGs de ámbito más específico (como puede ser Greenpeace), desarrollan esa labor de intermediarios, fiscalizando, contrastando, reelaborando o simplemente exigiendo nuevas informaciones a partir de las políticas de transparencia que desarrollan las administraciones.

Por otra parte, a partir de los resultados del Barómetro de la Transparencia en España 2015 (8) elaborado por Acredita, asociación privada sin ánimo de lucro que agrupa a los profesionales que trabajan en consultoría y auditoría en el campo de la transparencia, se puede observar que en cuanto a la percepción de la importancia de la transparencia y su regulación legislativa en España, en general el conocimiento y sensibilización sobre transparencia es elevado.

Aunque las políticas de transparencia (La Ley de Transparencia y el Portal de la Transparencia), se valoran en líneas generales de forma positiva por los ciudadanos, no ocurre así con la valoración de cuan transparentes son las instituciones públicas y el propio gobierno. Si bien la apertura de las instituciones públicas y las políticas de transparencia llevadas a cabo se valoran positivamente por los ciudadanos, existe una gran desconfianza sobre la información publicada por las administraciones. Esta última afirmación está contrastada por los resultados del Barómetro del CIS (9) correspondiente a Marzo de 2015, que recoge la corrupción y el fraude como uno de los tres principales problemas existentes en España mencionados por más de la mitad de los encuestados, solo por detrás del paro.

La falta de capacidades para poder interpretar y asimilar la información proporcionada por los gobernantes, así como la poca confianza que

los ciudadanos tienen depositada en la misma son los retos sociales a los que se enfrentan las administraciones a la hora de poner en marcha actuaciones en materia de transparencia.

5. Evaluación de los contenidos en materia de Publicidad Activa del Portal de la Transparencia.

A partir de lo expuesto anteriormente, se hace necesario que la información en materia de publicidad activa puesta a disposición de los ciudadanos en el Portal de la Transparencia del Gobierno de España sea publicada con base en unos criterios de calidad, usabilidad y claridad concretos. En particular es necesario que los datos estén tratados y presentados de tal forma que puedan reutilizarse, bien para poder crear nuevos ítemes de información más entendibles o bien para poder contrastar la veracidad de la información publicada. Así, se define la hipótesis de trabajo de la siguiente manera:

- Los aspectos de usabilidad y reutilización están presentes de un modo muy variable según los diferentes tipos de información de publicidad activa del Portal de la Transparencia del Gobierno de España.
- La identificación individualizada de características medibles puede aportar una visión más operativa de las mejoras necesarias para conseguir la máxima calidad de servicio y el mayor ajuste a lo establecido en el marco legal, de aplicación tanto en el portal nacional como en los portales autonómicos y de otras instituciones y entidades públicas.
- El establecimiento de una metodología de evaluación de dicha usabilidad y reutilización permitirá testear dicho portal, así como establecer un modelo que permita incorporar la evaluación de la reutilización al análisis global de usabilidad de un sitio web con información pública.

Para el desarrollo del trabajo se establecen los siguientes objetivos:

1. Desarrollo de la propuesta de un instrumento de observación y análisis, basado en un modelo de madurez, que permita medir aspectos técnicos de ac-

ceso, uso y reutilización de la información en materia de publicidad activa en el Portal de la Transparencia del Gobierno de España.

2. Aplicación de dicho instrumento a contenidos de diversa tipología dentro del portal con el fin de detectar en qué estado se encuentran los contenidos en cada uno de los apartados evaluados.
3. A partir de los resultados obtenidos, obtener una visión global que permita diagnosticar el estado actual dicho portal y las posibles mejoras que se pueden llevar a cabo sobre el mismo.

6. Propuesta de un instrumento de observación y análisis. Dimensiones y criterios de evaluación.

Para que pueda llevarse a cabo una satisfactoria reutilización de la información publicada en materia de publicidad activa son muchos los aspectos a tener en cuenta. No solo basta con que la información sea publicada en formatos más o menos reutilizables, sino que factores como la utilidad o accesibilidad de dicha información afectará al grado real de reutilización. A partir de la identificación de los principios que debe cumplir la información, de lo recogido en los artículos 5, 10 y 11 de la Ley de Transparencia que indican como debe publicarse la información en materia de Publicidad Activa y la articulación de la misma en el Portal de la Transparencia, y teniendo en cuenta los factores sociales a los que se deben enfrentar las iniciativas de transparencia en la sociedad española se propone un instrumento de observación y análisis basado en un Modelo de Madurez de Capacidades (CMM), cuyo objetivo es establecer una visión analítica del estado en que se encuentran las diferentes informaciones publicadas según las obligaciones de Publicidad Activa en el Portal de la Transparencia. El CMM es un modelo de evaluación de los procesos de una organización. Refleja una abstracción de la realidad que permite a las organizaciones adoptar prácticas útiles para alcanzar sus objetivos. Constituye una referencia, no es un proceso en sí (Team, 2002).

Dicho instrumento permitirá determinar el grado de madurez alcanzado en cada uno de los ítemes evaluados así como proporcionar una visión clara de hacia dónde se debe trabajar para alcanzar el grado de madurez óptimo. No solo

se debe atender a aspectos técnicos de reutilización de la información, sino que es necesario tener en cuenta además otros factores como el acceso a la información o el uso de la misma, factores que en mayor o menor medida influirán también en que la información sea más o menos reutilizable. Según Jiménez (2015), los objetivos en materia de acceso y uso de cualquier usuario que acceda al Portal de la Transparencia son los siguientes:

- Encontrar los documentos que le permitan adquirir la información que necesite.
- Poder localizarlos incluso sin poder ser un experto en la materia.
- Poder discriminar qué documentos son pertinentes para su búsqueda o no.
- Obtener los documentos necesarios evitando los errores de identificación.

Para la construcción del instrumento de observación y análisis, se identifican tres dimensiones, que pueden entenderse como los factores globales que afectan a la reutilización real y efectiva de la información:

1. Acceso a la información: Entendida como la facilidad de buscar y encontrar los contenidos.
2. Uso de la información: Entendida como la facilidad de identificación y obtención de la información una vez se ha encontrado la misma.
3. Reutilización de la información: Entendida como el grado de reutilización que permite aquella información que ya hemos encontrado, identificado y nos puede resultar de utilidad.



Figura I. Dimensiones de evaluación. Fuente: Elaboración propia.

Para cada una de las tres dimensiones se han identificado tres ítems a evaluar (ver Tabla I):

Acceso	
1.	Tipo de integración de contenidos en el portal.
2.	Localización de los contenidos en el portal.
3.	Visibilidad en buscadores externos.
Uso	
1.	Contextualización y explicación de la información.
2.	Actualizaciones y series históricas.
3.	Herramientas de filtrado de datos y ayudas a la visualización.
Reutilización	
1.	Acceso a la fuente primaria de los datos.
2.	Licencias de reutilización de la información.
3.	Formato en que se presenta la información.

Tabla I. Ítems a evaluar en el modelo CMM.

Siguiendo el modelo CMM se establecen cinco niveles de evaluación para cada ítem: 1. No existente; 2 Inicial; 3 Implantado; 4 Consolidado; 5 Optimizado. La correspondencia de cada uno de los niveles de evaluación para cada uno de los ítems a evaluar queda definida del siguiente modo:

6.1 Tipo de integración de contenidos en el portal.

No todos los contenidos en un portal de este tipo son elaborados expresamente para el mismo, si no que muchas veces se trata de piezas de información ya elaboradas y disponibles ya en línea en otras localizaciones. La evaluación de este ítem permitirá identificar de qué forma son puestos los contenidos a disposición de los usuarios:

1. No existente: No se ofrece contenido ni interno ni externo en formato electrónico.
2. Inicial: Contenido externo. Enlace a una localización externa.

3. Implantado: Contenido interno insuficiente, sin enlace a localización externa que la complete.
4. Consolidado: Breve contenido interno con un enlace a una localización externa con información ampliada.
5. Optimizado: Contenido interno completo.

6.2 Localización de contenidos en el portal.

Este ítem evalúa la forma en que los contenidos se presentan en el portal atendiendo a la organización y estructuración de los mismos, determinando la facilidad de navegar por la web hasta encontrar la información deseada, así como la presencia y eficacia de buscadores internos:

1. No existente: La información no se encuentra estructurada ni organizada por niveles por lo que es difícil acceder a la información. No existe un buscador que facilite dicha tarea.
2. Inicial: La información no se encuentra estructurada ni organizada por niveles por lo que es difícil acceder a la información. Existe un buscador simple que facilita dicha tarea.
3. Implantado: La información se encuentra estructurada y organizada por niveles pero de forma que no es sencillo acceder a dicha información. Existe un buscador simple que facilita dicha tarea.
4. Consolidado: La información se encuentra estructurada y organizada por niveles pero de forma que no es sencillo acceder a dicha información. Existe un buscador avanzado que permite una fácil identificación de los contenidos.
5. Optimizado: La información está bien organizada y estructurada, permitiendo una navegación por niveles que permite acceder fácil e intuitivamente a la información. Existe un buscador avanzado que permite una fácil identificación de los contenidos.

6.3 Visibilidad en buscadores externos.

Desde el punto de vista del usuario se evalúan los resultados obtenidos al realizar una primera búsqueda en un buscador externo (Google) fruto de una necesidad de información. Se realiza con ecuaciones de búsqueda sencillas del tipo "currículum del presidente del gobierno" o "presupuestos generales del estado 2015":

1. No existente: No se obtienen resultados en la primera página de resultados.
2. Inicial: Se obtienen resultados en la primera página de resultados pero no apuntan a dicha información dentro del Portal de la Transparencia, si no a la fuente externa a la que también remite el portal.
3. Implantado: Se obtienen resultados en los tres primeros puestos de resultados pero no apuntan a dicha información dentro del Portal de la Transparencia, si no a la fuente externa a la que también remite el portal.
4. Consolidado: Se obtienen resultados en la primera página de resultados que apuntan directamente a dicha información dentro del Portal de la Transparencia.
5. Optimizado: Se obtienen resultados en los 3 primeros puestos de resultados que apuntan directamente a dicha información dentro del Portal de la Transparencia.

6.4 Contextualización y explicación de la información.

Para evaluar el acceso a la información no solo se debe atender a criterios de visibilidad de la misma. Es necesario que una vez localizada la pueda identificarse unívocamente como aquella información que realmente buscamos.

Este ítem permite evaluar los aspectos de contextualización y explicación ofrecida por la página una vez encontrada la información y que permite identificarla con mayor precisión y obtener información básica sobre el contenido:

1. No existente: La información se encuentra descontextualizada y no se ofrece ninguna explicación sobre la misma.
2. Inicial: La información se encuentra contextualizada pero no se ofrece ninguna explicación de la misma.
3. Implantado: La información se encuentra contextualizada pero la explicación que se ofrece no permite obtener conocimiento adicional sobre el contenido.
4. Consolidado: La información se encuentra contextualizada y se ofrece una breve explicación que permite intuir el contenido de la misma.
5. Optimizado: La información se encuentra contextualizada y se ofrece una explicación clara y concisa sobre el contenido de la misma.

6.5 Actualizaciones y series históricas.

Para alcanzar el máximo nivel de transparencia posible, es necesario que la información proporcionada esté actualizada y vaya acompañada de la fecha de publicación de la misma así como de la periodicidad de dichas publicaciones a fin de poder situarla en el contexto temporal. Además, el acceso a series históricas permite seguir la evolución y los cambios que se producen, pudiendo tener así una mejor comprensión de la información:

1. No existente: Sin fecha de publicación. Sin información de actualización. Sin acceso a series históricas.
2. Inicial: La información incluye fecha de publicación. Sin información de actualización. Sin acceso a series históricas.
3. Implantado: La información incluye fecha de publicación y actualización. Sin acceso a series históricas.
4. Consolidado: La información incluye fecha de publicación, información de actualización y acceso a series históricas.
5. Optimizado: La información se actualiza en tiempo real y permite el acceso a series históricas.

6.6 Herramientas de filtrado de datos y ayudas a la visualización.

A veces la complejidad o extensión de la información hace necesaria la utilización de herramientas que faciliten el manejo, la visualización y la comprensión de la misma. Este ítem evalúa la presencia de dichas herramientas:

1. No existente: No existen herramientas de filtrado ni ayudas a la visualización.
2. Inicial: La información se encuentra estructurada de forma que permite mejorar su visualización.
3. Implantado: La información puede ser filtrada a partir de una serie de parámetros para facilitar la visualización.
4. Consolidado: La información contiene ayudas a la visualización y/o infografías que facilitan la interpretación de la misma.
5. Optimizado: La información puede ser filtrada y se ofrecen infografías y/o ayudas a la visualización que facilitan la interpretación de la misma.

6.7 Acceso a la fuente primaria de los datos.

Aun cuando la información es puesta a disposición de los ciudadanos de manera accesible, clara e inteligible, aspectos sociales ya mencionados como la brecha digital, la preocupación ciudadana por la corrupción o la poca confianza que los ciudadanos tienen en las instituciones públicas y en la información que proporcionan hacen recomendable que la información publicada vaya acompañada de los datos primarios a partir de los cuales ha sido elaborada con el doble objeto de permitir contrastar dicha información, así como permitir la elaboración de nuevos ítems de información que permitan llegar a aquellos ciudadanos que no cuentan con las habilidades o capacidades técnicas para acceder por sí mismos de forma satisfactoria a dicha información:

1. No existente: No se hace ninguna mención a la fuente primaria de datos.
2. Inicial: Se cita la fuente o fuentes a partir de las cuales se ha elaborado la información.

3. **Implantado:** Se cita la fuente o fuentes a partir de las cuales se ha elaborado la información con un enlace a la página principal de la web que contiene dicha fuente.
4. **Consolidado:** Se adjunta un enlace directo a la página que contiene el conjunto de datos a partir de la cual la información ha sido elaborada.
5. **Optimizado:** La información se presenta acompañada del conjunto de datos a partir del cual ha sido elaborada.

6.8 Licencias de reutilización de la información.

Las licencias de reutilización de información son el instrumento básico del que disponen las administraciones y organismos públicos para autorizar la reutilización de documentos públicos bajo condiciones. La multiplicidad de fuentes de información disponibles en el Portal de la Transparencia hace necesaria la evaluación de este ítem. Para ello, se asimilan los niveles de madurez propuestos por Abella et al. (2014):

1. **No existente:** El uso de la información se restringe completamente sin permiso explícito del autor.
2. **Inicial:** Se permite el uso de la información con fines particulares.
3. **Implantado:** Se permite el uso con fines no lucrativos.
4. **Consolidado:** Se permite el uso comercial.
5. **Optimizado:** Se permite un uso no limitado y la creación de derivados, siempre y cuando se reconozca la autoría.

6.9 Formato en que se presenta la información.

Según la Ley de Transparencia, la información debe ser publicada "preferentemente" en formatos reutilizables. Debido a que se trata de una recomendación y no de una obligación, la información puede estar publicada en diferentes formatos que presentan diferentes niveles de reutilización:

1. **No existente:** La información se publica en formatos no reutilizables.

2. **Inicial:** La información se publica en formatos reutilizables pero se ofrece en estándares privativos (pdf, xls, etc.).
3. **Implantado:** La información se publica en formatos reutilizables y se ofrece en estándares abiertos (csv, ods, etc.).
4. **Consolidado:** La información se publica en formatos reutilizables y se ofrece en estándares abiertos con metadatos (rdf, xml, etc.).
5. **Optimizado:** Uso de vocabularios (ontologías) o Lenguajes de Ontologías Web. Documentos

6.10 Modelo sintetizado del instrumento de observación y análisis propuesto.

Debido a la complejidad del instrumento de análisis y observación propuesto, que evalúa en 5 niveles cada uno de los 9 ítems que componen las 3 dimensiones del análisis, se hace necesario presentar dicho instrumento de manera sintetizada con objeto de facilitar su aplicación (ver apéndice). A partir del análisis y observación llevado a cabo por un evaluador, éste asignará manualmente a cada ítem el nivel correspondiente según lo establecido en el modelo anterior, quedando así definido el nivel de madurez en que se encuentra el ítem evaluado y mostrando los restantes niveles hacia los que se debe evolucionar para alcanzar el nivel óptimo de madurez.

7. Aplicación del instrumento propuesto a contenidos del Portal de la Transparencia.

Debido a la gran cantidad y heterogeneidad de contenidos incluidos en materia de publicidad activa en el Portal de la Transparencia se hace inasumible aplicar el instrumento propuesto a todos y cada uno de ellos. Para obtener una visión analítica de la situación a partir de la aplicación de dicho instrumento, se han establecido 3 ítems de información a evaluar. Dichos parámetros han sido elegidos con base en criterios de representatividad, seleccionando un ítem de cada uno de los tres bloques en los que se articula la información en el portal, y con base en criterios de relevancia, seleccionando ítems que ofrecieran contenidos de relevancia dentro de cada bloque. Así, los 3 ítems de in-

formación a evaluar quedan definidos de la siguiente manera:

1. Información Institucional: Currículum de altos cargos.
2. Información Normativa: Normativa en elaboración.
3. Información Económica: Subvenciones otorgadas por la Administración General del Estado.

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del instrumento de observación y análisis propuesto (según el modelo sintetizado incluido en el apéndice I):

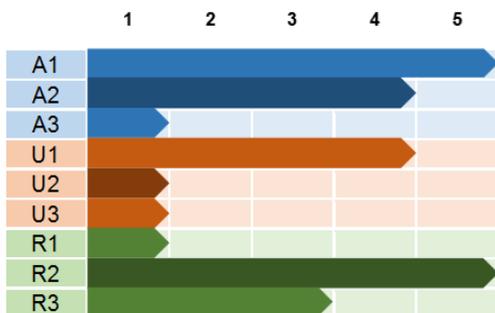


Tabla II. *Currículum de altos cargos. Aplicación del instrumento propuesto.*

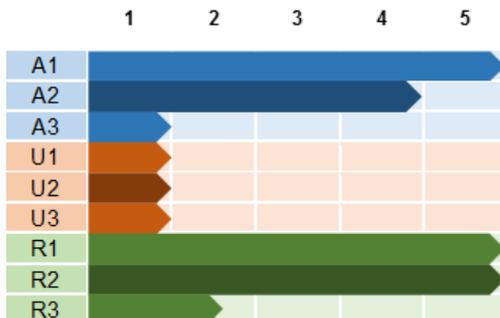


Tabla III. *Normativa en elaboración. Aplicación del instrumento propuesto.*

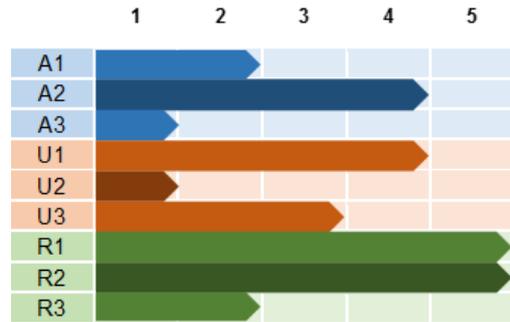


Tabla IV. *Subvenciones otorgadas por la AGE. Aplicación del instrumento propuesto.*

8. Resultados.

A partir de la aplicación del instrumento de análisis y observación propuesto a contenidos concretos del Portal de la Transparencia pueden detectarse algunas carencias generales sobre las que, en mayor o menor medida, se hace necesario actuar en materia de acceso, uso y reutilización de la información.

8.1 Currículum de altos cargos: resultados.

La información sobre los currículum de altos cargos se ofrece como contenido interno completo dentro del Portal. Aunque la página cuenta con un buscador avanzado que permite la rápida localización de dicho contenido, para acceder al mismo navegando debemos pasar por al menos 4 páginas diferentes. Utilizando como ecuación de búsqueda en Google "currículum altos cargos gobierno de España", el resultado que nos remite a dicho contenido dentro del Portal de la Transparencia se encuentra entre los tres primeros resultados ofrecidos. Sin embargo, variar ligeramente la ecuación de búsqueda supone directamente no encontrar resultados. Así sustituir la expresión "altos cargos" por cualquier otro sinónimo, o incluso utilizar como ecuación "currículum ministros gobierno de España" no devuelve resultados que apunten al portal. La información ofrecida se encuentra bien contextualizada y con una breve información sobre el contenido de la misma. El contenido carece de información sobre fecha de publicación, actualización ni acceso a series históricas. No cuenta con herramientas de filtrado ni ayudas a la visualización, solo se pueden visualizar los currículum uno a uno, sin posibilidad de combinar resultados o poder hacer comparación alguna.

En cuanto a los aspectos de reutilización, no se incluye ninguna mención ni acceso a la fuente primaria de datos a partir de la cual ha sido elaborada. La información se presenta en formato HTML sin metadatos lo que dificulta su procesamiento. Al no existir una licencia tipo que restrinja el uso de los contenidos propios ofrecidos en el Portal de la Transparencia serán de aplicación las condiciones generales recogidas en la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público -art.9-.

8.2 Normativa en elaboración: resultados.

La información referente a normativa en elaboración se ofrece como contenidos internos completos dentro del portal. Aunque fácilmente localizable a través del buscador interno, nuevamente la estructuración de los contenidos del Portal no facilita la localización de los mismos mediante navegación. Utilizando como ecuación de búsqueda “normativa en elaboración gobierno de España”, aparecen en Google resultados en los primeros puestos. Nuevamente, la más ligera variación en la ecuación de búsqueda hará que no se encuentren resultados, como sucede por ejemplo con las búsquedas “ley en elaboración gobierno de España” o “anteproyectos de ley gobierno de España”. Una vez localizado el contenido, éste se presenta de forma descontextualizada y sin explicación. Las páginas solo muestran una serie de hipervínculos a los documentos que forman parte del proceso de tramitación de cada normativa, sin más información de publicación ni actualización de la misma. Tampoco cuenta con ayudas a la visualización ni herramientas de filtrado. El aprovechamiento del contenido se dificulta al tratarse de piezas de información inconexas difíciles de ordenar cronológicamente e interpretar. Aun cuando el contenido ofrecido no se limita al documento de los anteproyectos de ley y no existen limitaciones en cuanto a la licencia de uso, la reutilización real se hace muy complicada debido a la dificultad de uso de dichos contenidos. Además los distintos documentos se presentan en estándares privativos, sin metadatos e incluso algunos en formato PDF protegido que impide incluso acciones básicas como copiar y pegar.

8.3 Subvenciones otorgadas por la AGE: resultados.

La información económica referida a las subvenciones otorgadas por la Administración General del Estado se presenta como contenido

externo en forma de un acceso directo a la Base de Datos Nacional de Subvenciones. Aunque fácilmente localizable a través del buscador interno, nuevamente la estructuración de los contenidos del Portal no facilita la localización de los mismos mediante navegación. Utilizando como ecuación de búsqueda en Google “subvenciones otorgadas administración general del estado” el resultado que nos remite a dicho contenido dentro del Portal de la Transparencia se encuentra entre los 3 primeros resultados. De nuevo cualquier variación de la ecuación de búsqueda que no coincida de forma literal con el nombre con el que se presentan los contenidos en el portal hará que no se obtengan resultados en Google.

La información ofrecida se encuentra bien contextualizada y con una breve información sobre el contenido de la misma. No se ofrece ninguna información sobre fecha de publicación, actualización ni acceso a series históricas, directamente se remite a la Base de Datos Nacional de Subvenciones, que cuenta con herramientas de filtrado de información pero no ayudas a la visualización, mostrando siempre los resultados en forma de tabla. En cuanto a los aspectos de reutilización, la información proporcionada se ofrece directamente a partir de consultas a la fuente primaria de datos, pudiendo ser exportada en formatos reutilizables con estándares privativos (pdf y xls). No existen limitaciones en cuanto a licencia de uso y reutilización de la información.

De forma general, el usuario final de la información en materia de publicidad activa contenida en el Portal de la Transparencia tendrá que dedicar horas para realizar la búsqueda, ordenación y clasificación de una información que ya está localizada, ordenada y clasificada. El acceso directamente desde el Portal de la Transparencia a la fuente primaria de los datos a partir de los cuales se ha elaborado la información contenida en la misma podría mitigar estas carencias de acceso, uso y reutilización de la información, promoviendo además la elaboración por parte de terceros de nuevas informaciones (o la misma pero elaborada de forma más adecuada) y la posibilidad de contrastar la veracidad de la información ofrecida, mejorando con todo ello la rendición de cuentas por parte de la administración y el empoderamiento ciudadano.

Más que como un portal de referencia donde ofrecer toda la información pública, el Portal de la Transparencia del Gobierno de España se presenta como un portal de acceso a otros por-

tales que contienen la información. No se han aprovechado las posibilidades que el Esquema Nacional de Interoperabilidad y la integración de metadatos comunes ofrecen para integrar todos los datos ofrecidos en los diversos portales y ofrecerlos en el Portal de la Transparencia.

En cuanto al instrumento de observación y análisis desarrollado, permite obtener una visión analítica de los aspectos de acceso, uso y recuperación de información desde el punto de vista del usuario, que al estar basado en el modelo CMM permite no solo generar una imagen estática del estado actual sino una visión de hacia donde se deben centrar los esfuerzos técnicos, humanos y económicos para mejorar la forma en la que se pone la información a disposición pública. Si bien se trata de una primera aproximación, un sencillo instrumento que evalúa 3 ítems de cada una de las tres dimensiones propuestas (acceso, uso y reutilización), sienta las bases para el desarrollo de un modelo más evolucionado, que tomando como punto de partida la propuesta del presente trabajo pueda constituirse como elemento de referencia a incluir a la hora de realizar evaluaciones de usabilidad, así como en los procesos de diseño de portales de similares características al evaluado.

9. Conclusiones.

La materialización de las obligaciones de publicidad activa contempladas en la Ley de Transparencia supone un gran esfuerzo técnico, económico y humano por parte de las administraciones públicas. La puesta a disposición de grandes cantidades de información a través de una única puerta de entrada (el Portal de la Transparencia) es un reto en materia de gestión de información debido a la multiplicidad de fuentes, heterogeneidad de contenidos y diversidad de soluciones tecnológicas empleadas para proveer dicha información.

La propuesta de un instrumento de análisis y observación basado en el Modelo de Madurez y Capacidades permite tener una visión analítica del grado de madurez en materia de acceso, uso y reutilización que presentan los diferentes contenidos publicados en materia de publicidad activa, así como una visión de hacia dónde deben orientarse los esfuerzos de mejora, aportando una perspectiva que permita comprender las sensaciones del usuario final al interactuar con el portal con el objeto de mejorar la experiencia de usuario. La incorporación de este instrumento a los procesos de diseño y usabilidad

podrá ayudar a que los avances técnicos realizados en la puesta a disposición de la información incidan de manera satisfactoria en la experiencia de usuario.

La complejidad del problema abordado hace que el modelo propuesto deba ser objeto de mejoras y actualizaciones constantes que permitan su evolución con el objetivo de poder llevar a cabo un diagnóstico más exhaustivo en general y a la vez más específico para cada tipo de contenido. Futuras investigaciones pueden derivar en una evolución del modelo propuesto que incluya una ponderación de las necesidades de actuación sobre los diferentes ítems evaluados, que permita priorizar las actuaciones de mejora según el esfuerzo técnico o económico que estas supongan y/o según el impacto que producirán directamente en la mejora de dicho ítem o indirectamente en la mejora de otros ítems.

Durante el desarrollo del presente trabajo ha estado presente la siguiente reflexión: “¿debería todo portal de transparencia contener en su interior un portal de datos abiertos?”. Diversos aspectos hacen recomendable la inclusión en los portales de transparencia de las fuentes de información primaria a partir de las cuales se elabora la información presentada en materia de publicidad activa. Los diferentes niveles de elaboración de la información presentada, la mejora de la confianza ciudadana al permitir contrastar la veracidad de los datos y la facilidad de reutilización de información a partir de los datos en bruto (con la posibilidad de generar nuevos ítems de información) parecen motivos suficientes para proporcionar dicha información primaria junto a la información elaborada a partir de la misma.

Notas

- (1) Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (2013). Estudio sobre Objetivos, Estrategias y Actuaciones Nacionales e Internacionales en Materia de Gobierno Abierto. Madrid: ONTSI. Más información: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/objetivos_estrategias_y_actuaciones_gobierno_abierto.pdf
- (2) PAe, Portal de Administración Electrónica (2012). Guía de aplicación del Real Decreto 1495/2011 por el que se desarrolla la Ley 37/2007 sobre Reutilización de la Información del Sector Público, para el ámbito del sector público estatal. Más información:

http://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/dms/pae_Home/documentos/Documentacion/Metodologias-y-guias/Guia_aplicacion_RD_1495_2011_23-11-2012.pdf

- (3) Global Right to Information Rating: Spain. Más información: http://new.rti-rating.org/view_country?country_name=Spain
- (4) Dossier de prensa: Ley de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno. Access Info Europe. Más información: <http://www.access-info.org/esp/12644>
- (5) <http://transparencia.gob.es>
- (6) Observatorio de Administración Electrónica (2015) Nota técnica: La base para la Publicidad Activa de información recogida en la Ley de Transparencia. Más información: http://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/dms/pae_Home/documentos/OBSAE/pae_Notas_Tecnicas/2015-01-nota-tecnica-portal-transparencia.pdf
- (7) Informe anual: Sociedad de la Información en España 2014' siE[14. Fundación Telefónica (2015). Más información: http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sociedad-de-la-informacion-en-espana-2014/
- (8) Barómetro de la Transparencia de España 2015. Acreditra, sistema español de acreditación de la transparencia. Más información: <http://acreditra.com/wp-content/uploads/2015/02/2015barometro.pdf>
- (9) Estudio CIS Nº 3057. Barómetro del mes de Marzo de 2015. CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas. Más información: http://www.cis.es/cis/export/sites/default-Archivos/Marginales/3040_3059/3057/Es3057mar.html

Referencias

- Abella, A., Ortiz-de-Urbina-Criado, M. y De-Pablos-Herederó, C. (2014). Meloda, métrica para evaluar la reutilización de datos abiertos. *El profesional de la información*, 23 (6), p. 582-588. Disponible en: <http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2014/nov/04.pdf> [07-07-2015]
- Aranda Álvarez, E. (2013). Una reflexión sobre transparencia y buen gobierno. *Revista "Cuadernos Manuel Giménez Abad"*, 5, p. 214-229. Disponible en: http://aragonparticipa.aragon.es/sites/default/files/articulo_elviro_aranda-

[reflexion_transparencia_y_buen_gobierno.pdf](http://www.reflexion_transparencia_y_buen_gobierno.pdf) [07-07-2015]

- Blanes Climent, M. Á. (2013). *La transparencia informativa de las administraciones públicas. El derecho de las personas a saber y la obligación de difundir información pública de forma activa*. Universidad de Alicante. [Tesis Doctoral] Recuperado de: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/35719> [07-07-2015]
- Cantijoch, M. (2014). *La desigualdad digital, ¿una nueva fuente de desigualdad política?*. Fundación Alternativas. Colección: Zoom Político, Nº 2014/23. Disponible en: <http://www.fundacionalternativas.org/actividades/presentaciones/la-desigualdad-digital-una-nueva-fuente-de-desigualdad-politica> [07-07-2015]
- César, C. y Lorenzo, S. (2010). *Open government: gobierno abierto*. Jaén: Algón Editores MMX, 2010. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4817923.pdf> [10-10-2015]
- CMMI Product Team. (2002). *CMMI for Systems Engineering/Software Engineering/Integrated Product and Process Development/Supplier Sourcing, Version 1.1, Continuous Representation*. CMU/SEI. Carnegie Mellon Software Institute. Pittsburgh. Disponible en: http://resources.sei.cmu.edu/asset_files/Technical_Report/2002_005_001_14039.pdf [11-04-2015]
- Cotino Hueso, L. (2012). La regulación de la participación y de la transparencia a través de internet y medios electrónicos. Propuestas concretas. *P3T, Journal of Public Policies and Territories*, 2, 27-39. <http://www.politicsandterritories.com/?journal=p3t&page=article&op=view&path%5B%5D=37> [10-10-2015]
- Cubo Contreras, A. (2015). *Desarrollo Informático del Portal de Transparencia de la AGE*. Transparencia y Administración digital (V). Disponible en: <http://www.socinfo.es/contenido/seminarios/0507transparencia5/AitorCubo.pdf> [04-10-2015]
- Díez, E.J. y Millán, R.A. (2011). *Open Data y RISP: generando valor social y económico. Transparencia e innovación en la eAdministración*. Santiago de Compostela: Colexio Profesional de Enxeñaría en Informática de Galicia. Disponible en: http://www.cpeig.org/portal/system/files/376/1307/Open_Data_+y_RISP.pdf [12-10-2015]
- EE.UU. (2009). *Memorandum on Transparency and Open Government (OGD)*, Executive Office of the President of United States of America. Washington DC. Disponible en: http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/assets/memoranda_2010/m10-06.pdf [14-10-2015]
- España. (2007). *Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público*. BOE 276, de 17 de noviembre de 2007. Disponible en: http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2007-19814 [14-10-2015]

- España. (2010). *Ley 29/2010, de 3 de agosto, del uso de los medios electrónicos en el sector público de Cataluña*. BOE 217 de 7 de septiembre de 2010. Disponible en: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2010-13843 [14-10-2015]
- España. (2013). *Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno*. BOE 295, de 10 de diciembre de 2013. <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887> [14-10-2015]
- Etzioni, A. (2010). Is transparency the best disinfectant? *Journal of Political Philosophy*, 18, (4), p. 389–404. Disponible en: [http://www.gwu.edu/~ccps/etzioni/documents/295 Transparency.pdf](http://www.gwu.edu/~ccps/etzioni/documents/295%20Transparency.pdf) [12-10-2015]
- Fernandez Ramos S. (2014). *Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno: Ley 19/2013, de 9 de diciembre*. Cizur Menor, Navarra: Thomson Reuters-Aranzadi.
- Fundación Telefónica (2013). *Las TIC en el Gobierno abierto: Transparencia, participación y colaboración*. Disponible en: http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/?itempubli=211 [14-10-2015]
- Hartson, H.R. (1998). Human-computer interaction: Interdisciplinary roots and trends. *Journal of Systems and Software*, November, v. 43, n. 2, p. 103–118.
- Hassan, Y., Martín Fernández, F.J. y Iazza, G. (2004). Diseño web centrado en el usuario: usabilidad y arquitectura de la información. *Hipertext. Net*, 2. Disponible en: https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio_web.html [11-04-2015]
- ISO. (1998). *ISO 9241-11. Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs)*. Vernier, Geneva: The International Organization for Standardization.
- Jiménez, S. (2015). *El portal de transparencia II: Navegación. Análisis Web Pública*. Disponible en: <http://publilitica.es/el-portal-de-transparencia-ii-navegacion/> [07-10-2014]
- Meijer, A. (2013). Understanding the complex dynamics of transparency. *Public Administration Review*, 73 (3), p. 429–439. Disponible en: http://www.academia.edu/2740098/Understanding_the_Complex_Dynamics_of_Transparency [11-04-2015]
- Manfredi Sánchez, J.L. (2007). Política exterior y transparencia informativa. *Política Exterior*, 118. p. 177–187.
- Villoria, M. (2014). *La publicidad activa en la ley de transparencia, acceso a la información y buen gobierno: posibilidades e insuficiencias*. Generalitat de Catalunya. Disponible en: http://transparencia.gencat.cat/web/.content/pdfs/governobert_1_es.pdf [17-09-2015]
- Zafra Díaz, J.M. (2013). ¿Cómo puede cambiar el panorama mediático con una ley de transparencia?: el futuro de la profesión periodística. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, (94), p. 81–83. <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generador?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2013021317590001&idioma=es> [12-10-2015]
- Zárate, A.R. (2012). Tres tipos de transparencia. *Administraciones en red*. Disponible en: <http://eadminblog.net/2012/03/28/tres-tipos-de-transparencia/> [17-09-2015]

Apéndice

Modelo sintetizado del instrumento de observación y análisis propuesto:

		1. No existente	2. Inicial	3. Implantado	4. Consolidado	5. Optimizado
Acceso	A1 Tipo de integración de contenidos en el portal	No se ofrecen contenidos en formato electrónico	Contenido externo. Enlace a localización externa.	Contenido interno insuficiente. Enlace a localización externa	Breve contenido interno. Enlace a información externa ampliada	Contenido interno completo
	A2 Localización de los contenidos en el portal	Información desestructurada y desorganizada. Sin buscador	Información desestructurada y desorganizada. Buscador simple	La estructura no facilita el acceso. Buscador simple	La estructura no facilita el acceso. Buscador avanzado	La estructura facilita el acceso. Buscador avanzado
	A3 Visibilidad en buscadores externos	Sin resultados en la primera página.	Resultados en la primera página que apuntan a fuente externa	Resultados en las 3 primeras posiciones que apuntan a fuente externa	Resultados en la primera página que apuntan al Portal	Resultados en las 3 primeras posiciones que apuntan al Portal
Uso	U1 Contextualización y explicación de la información	Información descontextualizada y sin explicación	Información contextualizada pero sin explicación	Información contextualizada pero explicación no útil	Información contextualizada con breve explicación.	Información contextualizada con explicación clara y concisa
	U2 Actualizaciones y series históricas	Sin fecha de publicación, ni actualización ni series históricas.	Fecha de publicación. Sin fecha de actualización ni series históricas	Fecha de publicación y actualización, Sin acceso a series históricas	Fecha de publicación, actualización y series históricas	Información actualizada en tiempo real con acceso a series históricas
	U3 Herramientas de filtrado de datos y ayudas a la visualización	Sin herramientas de filtrado ni ayudas a la visualización	Información estructurada para facilitar su visualización	Herramientas de filtrado. Sin ayudas a la visualización	Ayudas a la visualización. Sin herramientas de filtrado	Herramientas de filtrado y ayudas a la visualización.
Reutilización	R1 Acceso a la fuente primaria de los datos	Sin acceso ni mención de la fuente primaria de datos	Cita de la fuente o fuentes primarias de datos	Cita de las fuentes primarias y enlace a la página web que las contiene	Cita de las fuentes y enlace la página que contiene el conjunto de datos	La información se presenta acompañada del conjunto de datos (fuente primaria)
	R2 Licencia de reutilización de la información	Uso restringido sin permiso explícito del autor.	Uso con fines particulares.	Uso con fines no lucrativos.	Uso comercial.	Uso no limitado y creación de derivados con reconocimiento de la autoría.
	R3 Formato en que se presenta la información	Formatos no reutilizables	Formatos reutilizables. Estándares privativos	Formatos reutilizables. Estándares no privativos	Formatos reutilizables. Estándares no privativos con metadatos	Uso de vocabularios (ontologías) o Lenguajes de Ontologías Web

Modelo sintetizado del instrumento de observación y análisis propuesto.