



Usabilidad y participación

LA EXPERIENCIA DEL CIUDADANO, CLAVE EN SU RELACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN A TRAVÉS DE INTERNET

En un momento en el que las relaciones entre el ciudadano y la Administración Pública en España son cada vez más frecuentes y necesarias, Internet se ha convertido en una vía esencial de diálogo, información y gestión donde resulta cada vez más importante dar acceso a servicios y contenidos de utilidad de forma sencilla e intuitiva. La consultora Biko2 ha analizado recientemente en un estudio la usabilidad de los portales de las Comunidades Autónomas, y en este artículo facilita algunas recomendaciones y ejemplos de buenas prácticas.

POR UJUÉ AGUDO

Si en sus inicios la web fue ante todo una herramienta de información, la aparición de innumerables servicios y tecnologías, hoy conocidos como 2.0, ha impulsado la participación de los usuarios, convirtiendo Internet en una herramienta clave para la comunicación y la interacción. Ante esto, ¿cuál debe ser la reacción de las Administraciones Públicas? El reciente informe “From E-Government to Connected Governance” de Naciones Unidas marca un objetivo claro en este aspecto: mejorar la calidad de vida de los ciudadanos a través del diálogo y la frontalización de contenidos y servicios.

Servicio vs Institución

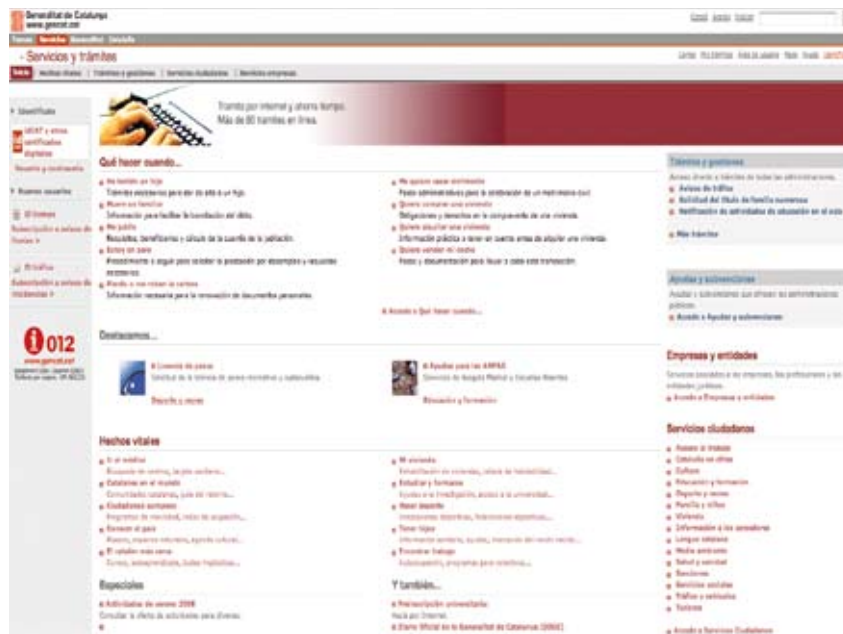
Que el site de una Comunidad Autónoma debe orientarse al ciudadano, tanto a nivel puramente informativo como de servicio, parece una premisa obvia. Sin embargo, esta declaración de intenciones, tan evidente sobre el papel, se ha convertido en un caballo de batalla para las Administraciones públicas.

Todavía algunas Comunidades Autónomas conciben Internet como un vehículo de promoción, donde el carácter institucional y la organización jerárquica interna pesa más que el destinatario principal del mensaje.

Así, y como consecuencia de su propio funcionar interno, estos sites ofrecen el acceso a la información de interés para el ciudadano ordenada según su estructura orgánica, en lugar de facilitar clasificaciones temáticas, por necesidades, por objetivos del usuario, hechos vitales... Probablemente, por esta misma razón, los sites autonómicos pecan de utilizar la web como altavoz de los logros políticos conseguidos.



1. Izquierda La portada de Asturias organiza sus contenidos en función de los objetivos que el usuario puede perseguir al acercarse al portal.



2. Inferior Sección “Portal de Servicios y Trámites” de Gen.cat.net con todas las vías para gestionar y dialogar con la Administración

A pesar de todo, actualmente muchos de ellos atesoran aspectos positivos y han dado grandes pasos en los últimos años. Un 80% de las Comunidades Autónomas españolas orientan su site a los ciudadanos de forma correcta, aunque sólo dos de

ellas lo realicen de modo excelente: Asturias y Cataluña.

Por un lado, Asturias destaca al categorizar sus contenidos de portada en función de los objetivos que persigue el usuario: visita, trabajo, estudios o vivir en la Comunidad. Todo »



3. Euskadi.net ha realizado un amplio despliegue en cuanto a contenidos para cubrir al visitante externo.

esto combinado, además, con entradas por servicios, temas. (Imagen 1)

Por su parte, Cataluña reúne en una sección toda la información necesaria para interactuar con la Administración, desde las dudas más habituales en tramitaciones hasta las gestiones cotidianas (llamadas “hechos vitales”) o el acceso a un área privada. (Imagen 2)

Como premisa base para mejorar la situación en estos aspectos, resulta fundamental contar con una oferta amplia de tramitaciones online, que no requiera la presencia física del usuario. Para conseguirlo, será necesario, en un futuro próximo, un mayor desarrollo de la identificación con DNI electrónico, permitir la gestión de datos por parte del usuario, facilitar el seguimiento de las peticiones cursadas con la Administración, así como agilizar los procesos internos para adaptarse al medio web.

El otro visitante. La Comunidad como concepto global

La orientación al ciudadano debe completarse con la atención hacia aquel visitante que no reside en la Comunidad Autónoma. Se trata de un público crítico, cuando menos económicamente hablando, que la

mayoría de sites desplaza a un segundo plano (sólo un 30% de los portales institucionales lo cubren), y hacia el que se orientan los webs específicos de turismo.

Euskadi es un ejemplo de esfuerzo en esta área. En su portal se ha trabajado la estética y disposición de la web como un escaparate al visitante. Además, la sección “Conoce Euskadi” supone una apuesta de peso por la información más turística y práctica de la Comunidad Autónoma. (Imagen 3)

Focus group realizados por Biko2, nos han permitido comprobar la preocupación que, los propios residentes de una Comunidad Autónoma, tienen por la imagen proyectada al exterior a través de su portal institucional.

Y es que el concepto de “Comunidad” va más allá del ciudadano. “Comunidad” implica imagen, reunir contenidos de otros ámbitos (como el municipal), contemplar la web en diferentes idiomas, internacionalizar, es decir, adaptar los mensajes en función del destinatario, conseguir un buen posicionamiento en buscadores, integrar las diferentes referencias web que se hallen dispersas (turísticas, culturales...), etc.

Sistema de escucha al ciudadano

Aunque casi todas las Comunidades Autónomas (el 90% de ellas) disponen de un servicio adecuado de atención y escucha al ciudadano, se echa en falta cierta calidad y eficiencia en sus respuestas. Bien por falta de competencias, bien por obligar al desplazamiento físico del usuario para resolver un problema, por no aprovechar dispositivos de comunicación tan habituales como el teléfono móvil, o no interconectar en la web los servicios de iniciativas tan parejas como el buzón electrónico o el teléfono de atención ciudadana...

Ésta ha sido la conclusión, en cuanto a respuesta al ciudadano, del estudio realizado por Biko2 tras el envío de una consulta anónima a todos los buzones de correo de las Administraciones.

Por desgracia, ante esta situación, mientras no se cubran dichas necesidades básicas de los usuarios, no podrán plantearse funcionalidades tan atractivas como que el site aprenda del comportamiento del ciudadano, que adapte y personalice la oferta para cada uno de ellos... Y es que un avance de este calibre, no aplicado todavía por ninguna Comunidad Autónoma y que derivaría en la casi