

Comunicación gubernamental a través de internet

Gestión de la información pública en los procesos electorales

La presencia en Internet de las páginas oficiales de los distintos partidos políticos parece adquirir más relevancia cuando se aproximan unas elecciones. A pesar de que es en estos momentos cuando más se visitan, la información y los servicios que ofrecen han tenido que ser planificados con antelación. Pero para ello es necesario identificar primero, las necesidades de información de aquellos a quienes van dirigidas, es decir del público en general y después, las oportunidades que ofrece la tecnología que permiten optimizar dicha oferta.

Revista Índice

Muchos gobiernos son cada vez más conscientes de las oportunidades que les ofrece la Red y plantean sus sitios en Internet no sólo como lugares de información a los que acudir en momentos puntuales como la celebración de unas elecciones, sino como lugares a través de los que ofrecer servicios públicos e interactuar con el ciudadano. Y es que con el aprovechamiento de estas oportunidades y la mejora de los mencionados servicios, los gobiernos demuestran entender el potencial que ofrece la tecnología con el objetivo de mejorar sus vías de comunicación tanto en lo que se refiere a información como a efectividad administrativa.

Intercambio de información entre Gobierno y ciudadanos

En este sentido, la Brown University de Rhode Island en los Estados Unidos, ha elaborado un estudio en el que se hace una clasificación de los países cuya gestión electrónica de la información gubernamental (e-government) está más desarrollada. Datos de este estudio recogidos en un artículo publicado el pasado 20 de septiembre en www.politicsonline.com, revelan que a lo largo de lo que va de año, el ritmo al que han ido creciendo los servicios electrónicos de información prestados por los webs gubernamentales se ha desacelerado para dar paso a una consolidación de los mismos. Esto significa que los gobiernos han querido prestar más atención al uso que los ciudadanos hacen de la información que tienen a su disposición y de la que han sido provistos.

Otra de las razones que según el mencionado artículo justifica este hecho es que los primeros pasos que permiten poner en marcha el intercambio informativo entre Gobierno y ciudadanos son más sencillos que aquellos que les siguen.

Según el estudio realizado por la Brown University, la clasificación de los 20 países con una mayor presencia de servicios gubernamentales a través de Internet y con ella una mejor gestión de la información, estaría encabezada por Taiwan y seguida de Singapur, Estados Unidos y Canadá.

“**Los gobiernos demuestran entender el potencial que ofrece la tecnología**”

En lo que respecta a las tendencias seguidas por las distintas Administraciones en el planteamiento de su oferta de servicios a través de Internet, el estudio realizado por la consultora en nuevas tecnologías, Accenture, recogido en un artículo publicado en www.politicsonline.com a mediados de este año, afirma que algunas de ellas se materializan en que los líderes de la Administración en Internet son conscientes del ahorro que significa ofrecer servicios más completos a través de la Red.

En este sentido, los servicios con más éxito han sido aquellos cuyas Administraciones han sabido integrar verticalmente, es decir, aquellas webs que incluyen servicios locales, estatales e incluso internacionales. Otra de las tendencias se mani-

fiesta en que los gobiernos empiezan a ofrecer servicios en línea personalizados. Mediante la identificación y segmentación de sus ciudadanos y usuarios pueden ofrecerles una información más acorde a sus necesidades. La promoción de los servicios ofrecidos a través de Internet se ha convertido en una de las prioridades de aquellos gobiernos que se han esforzado por conseguir que sus ciudadanos usen cada vez más los servicios en línea que ofrecen sus webs.

El mencionado estudio pone de manifiesto que una completa oferta de servicios en línea de las Administraciones depende más de la voluntad que de los recursos económicos. Es muy posible, sin embargo, que tanto la voluntad como la falta de ella a la hora de desarrollar este tipo de servicios administrativos, dependa del mayor o menor desconocimiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías a la comunicación política y con ella, a la oferta de servicios interactivos de los gobiernos.

Según los expertos, una buena comunicación política a través de Internet pasa por potenciar la comunicación entre Gobierno y electorado permitiendo un mayor grado de interactividad a través de la Red y no concibiéndola como un medio unidireccional de transmisión de información.

Durante las campañas electorales es recomendable incorporar a la web más información relativa a la misma adaptándola a las características de la Red. De esta manera se optimizan y multiplican los recursos que ofrecen los webs.

La constancia en la oferta de información es otro de los requisitos recomendables. Para que exista un intercambio de información con el usuario, ésta debe estar permanentemente actualizada y debe ser planificada con el suficiente tiempo de antelación.

Si en algún proceso electoral español ha tenido especial relevancia el uso de Internet, ha sido durante la campaña de las pasadas elecciones del 14-M. Los sitios web de los principales partidos políticos fueron utilizados como medio auxiliar para transmitir mensajes cuyo objetivo era llegar a quince millones de internautas españoles.

Según Rafael Cid en su artículo, España - Elecciones generales 2004. Cuando el medio no llega a ser el mensaje decisivo, "la campaña digital se diseñó con una mentalidad de complementariedad respecto a los medios clásicos. IU intentó promover un refuerzo de las comunicaciones y contactos con un web base (www.izquierda-unida.es) y un apartado dentro del sitio de la coalición (www.gasparllamazares.com), dotado de apoyos sonoros, gráficos y vídeos. De esta manera, la formación estableció una dinámica comunicativa on line colgando en sus dominios mítines y referencias aparecidas en los medios. El web del PP (www.marianorajoy.com) estuvo más volcado a la propaganda unilateral que a la interactividad, y el web del PSOE focalizó la campaña en el acrónimo ZP (Zapatero Presidente) para visualizar el sesgo de renovación generacional que englobó su apuesta. Más allá de esa innovación que unificaba todos los escenarios de campaña, el

sitio (www.zapateropresidente.com) adoleció de la rutina informativa reflejada en las otras formaciones.

La realidad es que la tecnología desarrollada durante el siglo XX ha transformado la forma en la que se transmite la información durante las elecciones. Mientras muchos de los actos que tienen lugar durante los procesos electorales se han mantenido inalterables como el registro electoral y el sistema de votación, el plantamiento logístico ha cambiado en buena medida.

“ Internet ha sido aclamado como la próxima revolución en las comunicaciones electorales ”

Algunos de los cambios a los que podría conducirnos la introducción progresiva de la tecnología en los procesos electorales en particular, serían, según la Publicación Electrónica sobre Administración y Costo de Elecciones (ACE), "la desaparición de las papeletas electorales, la desaparición del sitio de votación, el despunte de métodos de votación electrónicos, el establecimiento de referendums e iniciativas por Internet o los sistemas de identificación electrónica", entre otros. Todas estas posibilidades parecen justificar el hecho de que, según explica la misma publicación, "Internet haya sido aclamado como la próxima revolución en las comunicaciones electorales, de la misma manera que ha revolucionado los flujos globales de información".

Para saber más...

- www.cis.es
- www.elections2004.eu.int
- www.aceproject.org
- www.epolis.org
- www.politiconline.com
- www.ipdi.org
- www.fuentesestadisticas.com
- www.elecciones.mir.es
- www.harrispollonline.com
- www.publicus.net
- www.democraciajoven.org
- www.ifes.org
- www.electionresources.org