



Comunicado de prensa
Oficina Central de Comunicaciones y Prensa
Senado de Puerto Rico
2 de junio de 2011
(787) 722-4015
www.senadopr.us

Página web del gobierno busca ampliar sus recursos

El Capitolio – El principal ejecutivo de información del país Juan E. Rodríguez de Hostos, endosó hoy un proyecto que busca regular los procedimientos para pautar anuncios publicitarios en el portal oficial del Gobierno: pr.gov., que le permitiría una fuente de ingresos y mejorar la página oficial del gobierno a través de las cuales se realizan un sinnúmero de transacciones.

“Aunque son pocas las jurisdicciones estatales que han decidido moverse adelante con el uso de sus sitios web como medios publicitarios, el estado de Washington, por ejemplo, ya los ofrece,” explicó Rodríguez de Hostos.

La página pr.gov, creada hace 17 meses, alberga sobre 60 agencias y provee para 45 transacciones en línea. “Ha crecido vertiginosamente al punto que recibe sobre 200 mil visitas semanales,” dijo por su parte el director asociado de la Oficina de Gerencia y Presupuesto (OGP), Luis Lazu.

Las expresiones surgieron durante una audiencia pública de la Comisión de Asuntos Federales e Informática, que preside la senadora Melinda K. Romero, sobre el Proyecto del Senado 2163, de la autoría del presidente senatorial Thomas Rivera Schatz.

El proyecto emendaría la Ley de Gobierno Electrónico para autorizar a la OGP a regular los procedimientos de venta.

El Primer Ejecutivo de Información recomendó que cualquier dinero que se recoja mediante la venta de anuncios publicitarios sea destinado a mejorar continuamente los servicios telemáticos que se ofrecen.

“Podríamos realizar subastas electrónicas para aislar algún trato preferencial, además estableceríamos un reglamento basándonos en la Ley de Ética Gubernamental,” añadió.

Además, explicó que desde el año 2003, el dominio .gov es regulado por el *General Services Administration* (GSA). Esta agencia estipuló el uso exclusivo de dicho dominio a estados y territorios de la Nación Americana para unificar las dependencias gubernamentales y dar legitimidad a las páginas web oficiales. También, la agencia estableció la restricción de venta de anuncios publicitarios.

Sin embargo, Rodríguez de Hostos indicó que el tema de la publicidad en el dominio .gov se ha estado discutiendo en la GSA en meses recientes, “algunos Estados han solicitado a esta agencia federal revisar sus políticas para proveer mayor flexibilidad y dadas las condiciones fiscales podría haber apertura para un cambio,” dijo el funcionario según una conversación que sostuvo con el Director Ejecutivo de la Asociación Nacional de Principales Oficiales de Información de los Estados (con sus siglas en inglés NASCIO).

Por otro lado, dijo que muchos estados al conocer sobre estas restricciones, del dominio .gov, han regresado al dominio .com para poder utilizarlo como medio publicitario. “Nuestra página ha realizado mas de un millón de transacciones totalmente electrónicas, utilizar .com o .pr confundiría al ciudadano y nos mueve en la dirección contraria a la intención de una presencia gubernamental unificada, confiable e integrada a la nación americana,” sostuvo.

Según la Exposición de Motivos de la medida, las páginas electrónicas gubernamentales son utilizadas por miles de personas diariamente y constituyen un potencial medio de divulgación publicitario. Además, la venta de anuncios en la red de internet no se limita a páginas de empresas privadas. A nivel nacional, jurisdicciones estatales han utilizado este medio como alternativa para recaudar fondos adicionales.

OB/acd