



VISTOS; el Informe N° 000017-2020-OCII/MC de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional; el Memorando N° 000158-2020-VMI/MC del Despacho Viceministerial de Interculturalidad; el Informe N° 000385-2020-OGPP/MC de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto; el Informe N° 000199-2020-OGAJ/MC de la Oficina General de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinan al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, el artículo 2 de la precitada Ley señala que se entiende por publicidad institucional a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, asimismo, el artículo 3 de la Ley en mención, regula los requisitos para que el Titular del Pliego autorice la realización de publicidad estatal, entre los cuales se encuentra contar con un Plan de Estrategia Publicitaria, que deberá estar acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, a través del literal d) del numeral 4.3 del artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1489, Decreto Legislativo que establece acciones para la protección de los pueblos indígenas u originarios en el marco de la Emergencia Sanitaria declarada por el COVID-19, se dispone que el Gobierno Central, en coordinación con los Gobiernos Regionales y Locales, implementan estrategias de intervención culturalmente adecuadas para la protección y atención de los pueblos indígenas u originarios, de acuerdo, entre otros, al eje “Información y Alerta Temprana”, el cual señala que: *“El Ministerio de Cultura y el Ministerio de Salud, en el marco de sus competencias, se encargan de dirigir las acciones para fortalecer la estrategia de comunicación y difusión de información relevante y culturalmente adecuada sobre la prevención del COVID-19, las disposiciones gubernamentales para evitar su propagación y las medidas que el Estado adopta para la protección de los derechos de los pueblos indígenas u originarios en el marco de la emergencia sanitaria (...).”*;

Que, el numeral 5.4 del artículo 5 del precitado Decreto Legislativo, señala como una de las líneas de acción del eje “Información y Alerta Temprana”, la *“Elaboración y traducción de materiales informativos en lenguas indígenas y con pertinencia cultural para su difusión en medios masivos de comunicación a nivel nacional, regional y local”*;



Que, el artículo 16 del Reglamento de Organización y Funciones – ROF del Ministerio de Cultura, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2013-MC, señala que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es la unidad orgánica dependiente de la Secretaría General encargada de las acciones de comunicación, difusión, posicionamiento institucional, protocolo y relaciones públicas del Ministerio de Cultura; asimismo, el numeral 16.1 del artículo 16 dispone que tiene como función diseñar, proponer, ejecutar y evaluar, las políticas, los planes y la estrategia de comunicación y de relaciones públicas del ministerio, en coordinación con la Secretaría General y los demás órganos de la Alta Dirección;

Que, en ese marco, mediante el Informe N° 000017-2020-OCII/MC, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional propone la aprobación del “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”, el cual comprende la campaña publicitaria para la difusión de mensajes para prevenir el COVID-19 en ámbitos de la población indígena u originaria, que tiene como objetivo principal informar a la población indígena u originaria, de manera oportuna y con pertinencia cultural, sobre la prevención y actuación ante casos de contagio del COVID 19 en el ámbito de sus localidades;

Que, a través del Memorando N° 000158-2020-VMI/MC, el Despacho Viceministerial de Interculturalidad valida y opina sobre la propuesta de “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”;

Que, por su parte, con el Informe N° 000385-2020-OGPP/MC, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto remite el Informe N° 000076-2020-OPL/MC de la Oficina de Planeamiento a su cargo, a través del cual se concluye que la propuesta de “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020” recoge los contenidos requeridos en el artículo 3 de la Ley N° 28874;

Que, en tal sentido, resulta necesario aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020, para los fines correspondientes;

Con las visaciones del Despacho Viceministerial de Interculturalidad, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, la Dirección General de Ciudadanía Intercultural y la Oficina General de Asesoría Jurídica; y,

Que, de conformidad con lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; la Ley N° 29565, Ley de creación del Ministerio de Cultura; su Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2013-MC; y, el Decreto Legislativo N° 1489, Decreto Legislativo que establece acciones para la protección de los pueblos indígenas u originarios en el marco de la Emergencia Sanitaria declarada por el COVID-19;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”, que como anexo forma parte integrante de la presente resolución ministerial.



Artículo 2.- Encargar a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional la coordinación y supervisión del cumplimiento del plan aprobado en el artículo precedente.

Artículo 3.- Publicar la presente resolución ministerial y su anexo en el Portal Institucional del Ministerio de Cultura (www.gob.pe/cultura), el mismo día de la publicación de la presente resolución en el diario oficial El Peruano.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

Documento firmado digitalmente

ALEJANDRO ARTURO NEYRA SANCHEZ
Ministro de Cultura