



VISTOS; el Memorando N° 000269-2020-VMI/MC del Despacho Viceministerial de Interculturalidad; el Informe N° 000100-2020-DGCI/MC de la Dirección General de Ciudadanía Intercultural; el Memorando N° 000152-2020-OCII/MC de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional; el Memorando N° 000572-2020-OGPP/MC de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto; el Informe N° 000541-2020-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 3 de la citada ley regula los requisitos para que el Titular del Pliego autorice la realización de publicidad estatal, entre los cuales se encuentra el Plan de Estrategia Publicitaria, que debe estar acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, a través del artículo 1 de la Resolución Ministerial N° 000213-2020-DM/MC, se aprobó el “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”, el cual comprende una campaña publicitaria que se enmarca en 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; y, en su artículo 2, se encarga a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional la coordinación y supervisión del cumplimiento del precitado plan;

Que, el artículo 84 del Reglamento de Organización y Funciones – ROF del Ministerio de Cultura, aprobado por el Decreto Supremo N° 005-2013-MC, señala que la Dirección General de Ciudadanía Intercultural es el órgano de línea encargado del diseño y la ejecución de políticas integrales de interculturalidad, de defensa, protección y promoción de los derechos de los pueblos indígenas y población afroperuana, promoviendo la pluralidad étnica y cultural, construyendo una ciudadanía intercultural y combatiendo la discriminación étnico-racial; asimismo, tiene entre sus funciones establecidas en el numeral 85.3 del artículo 85 del ROF, diseñar, proponer, implementar, coordinar y supervisar los programas y proyectos que contribuyan al logro de las políticas en materia de interculturalidad, pueblos indígenas y población afroperuana;



Que, en ese marco, mediante el Memorando N° 000269-2020-VMI/MC, el Despacho Viceministerial de Interculturalidad remitió el Informe N° 000100-2020-DGCI/MC de la Dirección General de Ciudadanía Intercultural, a través del cual solicita que se modifique el artículo 2 de la Resolución Ministerial N° 000213-2020-DM/MC, así como el “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”, a fin que se refuercen los fundamentos que le facultan a implementar el mencionado plan, con cargo a los recursos económicos asignados por el artículo 13 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 convierta en área usuaria en materia de las contrataciones de servicios que devengan pertinentes para tal fin; y se modifique el cronograma de la campaña publicitaria;

Que, al respecto, mediante el Memorando N° 000152-2020-OCII/MC, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional recomienda que se le encargue a la Dirección General de Ciudadanía Intercultural como área usuaria responsable de la ejecución de la campaña publicitaria comprendida en el “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”, de acuerdo a sus funciones;

Que, por su parte, con el Memorando N° 000572-2020-OGPP/MC, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto remitió el Informe N° 000120-2020-OPL/MC de la Oficina de Planeamiento, a través del cual se emite opinión favorable a la propuesta de modificación del precitado plan;

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

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 y su modificatoria; su Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por el 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.- Modificar el “Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”, aprobado por el artículo 1 de la Resolución Ministerial N° 000213-2020-DM/MC, conforme al anexo que forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Modificar el artículo 2 de la Resolución Ministerial N° 000213-2020-DM/MC, cuyo texto queda redactado en los siguientes términos:



“Artículo 2.- Encargar a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional la coordinación y supervisión del cumplimiento del plan aprobado en el artículo precedente; y, a la Dirección General de Ciudadanía Intercultural como área usuaria responsable de la ejecución de la campaña publicitaria comprendida en el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura 2020”.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

Documento firmado digitalmente

ALEJANDRO ARTURO NEYRA SANCHEZ
Ministro de Cultura