

MINISTERIO DE AGRICULTURA

RESOLUCION de la Dirección General de Agricultura por la que se dan normas para desarrollar una campaña contra la «rosquilla negra» en las provincias de Alicante, Cáceres, Murcia y Valencia.

Dadas las especiales circunstancias que concurren en las provincias de Alicante, Cáceres, Murcia y Valencia, en cuanto a la importancia que puede adquirir la plaga «Prodenia litura» («rosquilla negra»), los variados y numerosos cultivos que ataca y las condiciones económicas y sociales de los agricultores afectados,

Esta Dirección General en uso de las facultades que le confiere el apartado 11 de la Orden del Ministerio de Agricultura de 5 de junio de 1962 («Boletín Oficial del Estado» del día 26) y para mejor cumplimiento de la misma, ha resuelto lo siguiente:

1.º Con la antelación suficiente, las Jefaturas Agronómicas de Alicante, Cáceres, Murcia y Valencia, con todos los medios a su alcance y mediante la actuación de todo el personal necesario, delimitarán las zonas y cultivos de ataque endémico de la plaga, extremando la vigilancia de su aparición dentro de las zonas, o fuera de ellas, con la colaboración de las autoridades y organizaciones sindicales locales y sus servicios de guardería.

A estos efectos se recuerda la obligación, por parte de los agricultores y de las autoridades locales, de denunciar a la Jefatura Agronómica de la provincia respectiva la presencia de la plaga desde el mismo momento de la aparición de los primeros focos.

2.º Comprobada la existencia de la plaga, los tratamientos serán obligatorios, de acuerdo con lo dispuesto en el apartado primero de la Orden ministerial de 5 de junio de 1962, a cuyo efecto la Jefatura Agronómica respectiva comunicará a los agricultores, a través de las Hermandades respectivas, las zonas en las cuales son obligatorios estos tratamientos y el momento de comenzar a efectuarlos.

3.º Los tratamientos se podrán efectuar con los procedimientos siguientes:

I.—Lámparas cazamariposas en los casos de lucha colectiva.
II.—Productos en pulverización o espolvoreo.

a) En plantas industriales:

DDT o HCH, en dosis dobles o triples de las normales para otras plagas. La mezcla de 5 por 100 de DDT y 10 por 100 de HCH, a razón de 40 kilogramos por hectárea.

b) Para toda clase de plantas:

DDT, 10 por 100 en espolvoreo, a razón de 40 kilogramos por hectárea.

Sevín, 5 por 100 en espolvoreo, a razón de 40 kilogramos por hectárea.

Sevín, 50 por 100, al 0,3 por 100, en pulverización.

O alguno de los insecticidas de efectos de choque:

Thiodán al 4 por 100, en espolvoreo.

Dipterex, 50 por 100, al 0,35 por 100, en pulverización.

Dibrom, 65 por 100, al 0,2 por 100.

Lebaycid al 3 por 100, en espolvoreo.

III.—Cebos envenenados según la fórmula:

Fluosilicato de sodio, 5-8 kilogramos.

Salvado de hoja o algarroba molida, 100 kilogramos.

Agua hasta humedecer, unos 70 litros.

4.º Los agricultores cuyas fincas estén incluidas en zonas de tratamiento obligatorio, podrán realizar éstos directamente, ajustándose a las normas técnicas fijadas por la Jefatura Agronómica.

5.º Las Organizaciones sindicales de agricultores, por sus propios medios o utilizando los servicios de Empresas particulares, previo el oportuno concurso, que se ajustará a las normas contenidas en la citada Orden ministerial de 5 de junio de 1962, realizarán los tratamientos de forma colectiva en todas las fincas de las zonas delimitadas cuyos propietarios no se hayan acogido a lo indicado en el apartado cuarto de esta Resolución.

Dados los extraordinarios medios de dispersión de esta plaga y para evitar nuevas reinvasiones, estos tratamientos de los particulares deberán realizarse simultáneamente a los que ejecuten en la misma zona y cultivos los equipos colectivos.

A estos efectos, la Jefatura Agronómica, inmediatamente a la publicación de esta Resolución en el «Boletín Oficial del Estado», concederá un plazo prudencial para que los agricultores que así lo deseen comuniquen a las Hermandades respectivas su propósito de realizar el tratamiento directamente, y con la antelación suficiente se comunicará a estos últimos la fecha en que se van a realizar los tratamientos en cada pago o paraje, para que los trabajos se efectúen simultáneamente.

7.º En caso de que el agricultor que ha optado por hacer el tratamiento directamente no lo efectuase en la forma indicada, o en la debida forma, los equipos colectivos harán el tratamiento de su finca por cuenta del mismo y sin que tengan derecho a la subvención a que se refiere el punto siguiente.

8.º Dada la extrema conveniencia de que los tratamientos contra esta plaga comiencen desde las primeras fases de su desarrollo, esta Dirección General sólo auxiliará aquellos que se realicen antes del día 31 de julio del corriente año, auxilio que consistirá en el importe total del producto empleado y en los gastos de dirección e inspección, facilitando asimismo dentro de sus posibilidades la maquinaria necesaria, siendo de cuenta del agricultor los gastos de aplicación.

9.º Los tratamientos posteriores a la indicada fecha del 31 de julio de 1965 seguirán siendo obligatorios e inspeccionados por la Jefatura Agronómica, pero por cuenta de los agricultores.

No obstante, podrá suministrarse a los cultivadores a través de la Hermandad el producto necesario a los precios de adquisición de los mismos, resultantes del concurso abierto al efecto por esta Dirección General.

10. Las Jefaturas Agronómicas de Alicante, Cáceres, Murcia y Valencia darán a conocer el contenido de lo que se dispone por todos los medios de difusión e información a los agricultores interesados, a través de las Hermandades Sindicales de Labradores y Ganaderos de los términos municipales afectados.

11. Sin perjuicio de estas normas, dictadas especialmente para las provincias de Alicante, Cáceres, Murcia y Valencia, el resto de las provincias que puedan ser afectadas por esta plaga se atenderá a lo dispuesto en la Orden del Ministerio de Agricultura de 5 de junio de 1962.

Lo que comunico a VV. SS. para su conocimiento y efectos. Dios guarde a VV. SS. muchos años.

Madrid, 10 de abril de 1965.—El Director general, Antonio Moscoso.

Sres. Ingenieros Jefes de las Jefaturas Agronómicas de toda España.

MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

ORDEN de 5 de abril de 1965 por la que se aprueba el Reglamento del Registro General de Publicidad.

Ilustrísimo señor:

La Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad, dispone en su artículo 16.º que las personas naturales o jurídicas que pretendan usar las denominaciones o ejercer las actividades publicitarias comprendidas en los artículos anteriores al citado deberán reunir los requisitos y cumplir las normas reglamentarias que se determinen para el ejercicio de tales actividades por el Ministerio de Información y Turismo e inscribirse en el Registro General de Publicidad dependiente de la Subsecretaría del Departamento.

Se hace, pues, preciso proceder a la regulación orgánica del Registro General de Publicidad y a la reglamentación de las normas mencionadas y que afectan a los sujetos de la actividad publicitaria en sus diversas especialidades profesionales.

En su virtud, he tenido a bien disponer:

Artículo único.—Se aprueba el Reglamento del Registro General de Publicidad, que a continuación se inserta.

Lo digo a V. I. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a V. I. muchos años.

Madrid, 5 de abril de 1965.

FRAGA IRIBARNE

Ilmo. Sr. Subsecretario de Información y Turismo.

REGLAMENTO DEL REGISTRO GENERAL DE PUBLICIDAD**TITULO PRIMERO****Del Registro General de Publicidad y de los sujetos de la actividad publicitaria**

Artículo 1.º El Registro General de Publicidad tiene por objeto la inscripción de los sujetos y de determinados actos de la actividad publicitaria, de acuerdo con las disposiciones contenidas en la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprobó el Estatuto de la Publicidad, y en el presente Reglamento.

El Registro General de Publicidad constituye una Sección del Servicio de Actividades Publicitarias del Ministerio de Información y Turismo, y su competencia se extiende a todo el territorio nacional.

Art 2.º El contenido del Registro se presume exacto y válido mientras no se decreta su rectificación, de oficio o a instancia de parte interesada.

Art. 3.º Las personas naturales o jurídicas que pretendan ejercer actividades publicitarias en forma empresarial o profesional, de acuerdo con lo prevenido en el artículo 16 del Estatuto de la Publicidad, deberán inscribirse en el Registro General de Publicidad. En razón de la especial actividad que desarrollen, se clasificarán en el mismo de acuerdo con las siguientes denominaciones:

1. Agencia de Publicidad de Servicios Plenos.
2. Agencia de Publicidad General.
3. Agencia de Publicidad de Distribución a Medios.
4. Estudio Técnico de Publicidad.
5. Agencia de Publicidad de Exclusivas.
6. Exclusiva de Publicidad.
7. Agente de Publicidad.

Art. 4.º A efectos de su inscripción en el Registro se denominarán Agencias de Publicidad de Servicios Plenos aquellas Empresas que, con la organización adecuada y la debida autorización, se dediquen profesionalmente y por cuenta de terceros a crear, proyectar, ejecutar y distribuir campañas publicitarias a través de todos los medios de difusión, prestando sus servicios simultáneamente a varios anunciantes, proporcionándoles una asistencia técnica completa en materia de investigación de mercados, promoción de ventas, asesoramiento sobre los medios de difusión, control sobre el desarrollo y resultado de las campañas, y las usuales de tipo complementario dentro de la misma especialidad.

Estas Agencias no podrán gozar de exclusivas de ninguna clase ni ejercer las actividades propias de las Agencias de Publicidad de Distribución a Medios.

Art. 5.º A efectos de su inscripción en el Registro se denominarán Agencias de Publicidad General aquellas Empresas que, con la organización adecuada y la debida autorización, se dediquen profesionalmente y por cuenta de terceros, a crear, proyectar, ejecutar o distribuir campañas de publicidad a través de cualquier medio de difusión, ya comprendan en su actividad el desarrollo de la totalidad de las finalidades enumeradas o tan sólo alguna de las mismas.

Estas Agencias podrán gozar de exclusivas de ámbito local, que serán calificadas como tales por el Servicio de Actividades Publicitarias del Ministerio de Información y Turismo, previo informe de la Junta Central de Publicidad en cada caso, con la periodicidad que se determine.

Art. 6.º A efectos de su inscripción en el Registro se denominarán Agencias de Publicidad de Distribución a Medios aquellas Empresas que, con la organización adecuada y la debida autorización, se dediquen profesionalmente y por cuenta de otras Agencias de publicidad, a distribuir órdenes publicitarias a los diferentes medios de difusión.

Estas Agencias en ningún caso podrán contratar directamente con los anunciantes.

Art. 7.º A efectos de su inscripción en el Registro se denominarán Estudios Técnicos de Publicidad aquellas Empresas que, con la organización adecuada y la debida autorización, se dediquen profesionalmente y por cuenta de terceros a crear o proyectar elementos de publicidad o campañas publicitarias, sin encargarse de su ejecución ni de su distribución a medios.

Art. 8.º A efectos de su inscripción en el Registro se denominarán Agencias de Publicidad de Exclusivas:

a) Las Empresas que, con la organización adecuada y la debida autorización, se constituyan con la finalidad de explotar, profesionalmente y con carácter de exclusiva, la publicidad que se difunda a través de uno o varios medios de difusión.

b) Las Agencias de Publicidad de Servicios Plenos, de Publicidad General y de Distribución a Medios desde el momento en que celebren, con un medio de difusión, un contrato publicitario con cláusula de exclusiva y mientras dicho contrato esté en vigor.

Art. 9.º A efectos de su inscripción en el Registro, se denominarán Exclusivas de Publicidad los departamentos de explotación publicitaria de los medios de difusión o de los anunciantes.

Art. 10 Las Exclusivas de Publicidad, cualquiera que sea el tipo a que pertenezcan, se regirán por las normas aplicables a los anunciantes o a los medios de difusión, según que tales exclusivas se refieran a unos o a otros respectivamente, conforme al párrafo segundo del artículo 15 del Estatuto de la Publicidad.

Art. 11. Cuando los sujetos de la actividad publicitaria enumerados en los artículos precedentes adopten la forma de sociedad mercantil deberán tener su capital social totalmente desembolsado. La cuantía mínima del capital será:

- a) Para Agencia de Publicidad de Servicios Plenos, 1.000.000 de pesetas.
- b) Para Agencia de Publicidad General, 500.000 pesetas.
- c) Para Agencia de Publicidad de Distribución a Medios, 1.000.000 de pesetas.
- d) Para Estudio Técnico de Publicidad, 500.000 pesetas.
- e) Para Agencia de Publicidad de Exclusivas:

1. Si alguna de las exclusivas es de ámbito nacional, pesetas 3.000.000.
2. Si las exclusivas son de ámbito local, 500.000 pesetas.

La determinación del ámbito nacional o local de las exclusivas se hará anualmente por el Servicio de Actividades Publicitarias del Ministerio de Información y Turismo, a propuesta del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad acompañada del estudio adecuado sobre la capacidad publicitaria de la exclusiva de que se trate, y teniendo en cuenta el censo de habitantes de la población o poblaciones en que aquella actividad se desarrolle. Antes de resolver, el Servicio de Actividades Publicitarias deberá recibir informe de la Junta Central de Publicidad.

Artículo 12. A efectos de su inscripción en el Registro, se denominarán Agentes de Publicidad aquellas personas naturales que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente a gestionar en favor de las Agencias o de los medios cualquier tipo de publicidad, siempre que su actividad sea de pura mediación.

Los Agentes podrán desarrollar su actividad al servicio exclusivo de alguna Agencia o medio.

Art. 13. Los sujetos de la actividad publicitaria enumerados en el artículo tercero del presente Reglamento, no podrán crear medios de difusión ni poseer intereses económicos en los mismos.

Art. 14. Recíprocamente los medios no podrán constituir Agencias ni ningún otro de los sujetos mencionados en el referido artículo, ni tampoco poseer intereses en ellos, con la natural excepción de sus propios departamentos de explotación publicitaria.

TITULO II**De los sujetos y actos inscribibles**

Art. 15. Para el ejercicio de actividades publicitarias será necesario que se inscriban previamente en el Registro General de Publicidad los siguientes sujetos:

1. Las Agencias de Publicidad en sus diversas denominaciones, los Estudios Técnicos de Publicidad, las Exclusivas de Publicidad y los Agentes de Publicidad.
2. Todos los sujetos cuya registración fuere exigida por disposiciones especiales.

Art. 16. Cuando algún sujeto de la actividad publicitaria de los enumerados en el artículo tercero del presente Reglamento, y que esté incluido en una de las denominaciones contenidas en el citado artículo con los números 1, 2, 3, 4 y 7, celebre un contrato que contenga alguna cláusula de exclusiva publicitaria, vendrá obligado a solicitar la inscripción de dicho contrato en el Registro General de Publicidad, para que, en base a su contenido, se modifique si procede la concepción registral del mencionado sujeto mediante nuevo asiento en el Registro, que surtirá efectos durante el tiempo de vigencia del referido contrato.

Art. 17. Serán inscritos también en el Registro General de Publicidad las resoluciones judiciales y los laudos arbitrales del

Jurado Central de Publicidad en los casos en que afecten a los sujetos y actos mencionados en los artículos 15 y 16 del presente Reglamento.

Igualmente serán inscritos aquellos actos o contratos cuya registración fuere exigida por disposiciones especiales.

Art. 18. Constarán en el Registro General de Publicidad, al solo efecto de su conocimiento por el Ministerio de Información y Turismo, las tarifas y condiciones generales de contratación publicitaria de medios y Agencias, previamente a su aplicación, conforme a lo establecido en el artículo 44 del Estatuto de la Publicidad. El Registro podrá expedir certificaciones de la vigencia de estas tarifas.

Art. 19. También podrán ser inscritos en el Registro General de Publicidad, a instancia de parte interesada, los contratos de publicidad y las resoluciones judiciales no comprendidas en los artículos 16 y 17 del presente Reglamento.

TITULO III

De la inscripción

Art. 20. Las Agencias de Publicidad de Servicios Plenos, de Publicidad General, de Distribución a Medios, de Publicidad de Exclusivas y los Estudios Técnicos de Publicidad, cuando adopten la forma de sociedad mercantil, acompañarán a su solicitud de inscripción en el Registro General de Publicidad los siguientes documentos:

1. Copia fehaciente y literal de la escritura de constitución de la Sociedad, la cual tendrá como único objeto social el ejercicio de actividades publicitarias y habrá de revestir necesariamente la forma de Sociedad anónima con acciones nominativas y capital social completamente desembolsado, o la de Sociedad de responsabilidad limitada.

2. Certificación acreditativa de la inscripción de la Empresa en el Registro Mercantil.

3. Certificación expedida por el Secretario del Consejo de Administración o quien haga sus veces, en la que consten los nombres y apellidos de las personas que desempeñen los cargos de Director-Gerente, Apoderado general y otros similares, así como los datos relativos a su edad, estado, nacionalidad, profesión, domicilio y número del respectivo Documento Nacional de Identidad.

4. Certificación negativa de antecedentes penales de las personas indicadas en el apartado anterior.

5. Certificación del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad, en la que se acredite que la Empresa posee suficientes medios para desarrollar adecuadamente su actividad.

6. Plantilla del personal de la Empresa, visada por la Delegación Provincial de Trabajo correspondiente a la sede de la misma.

7. Certificaciones del Registro de la Propiedad Industrial, relativas al nombre comercial, marca y rótulo de la Empresa, si existieren.

8. Fotocopia de la escritura de propiedad o contrato de arrendamiento del local o locales ocupados por la Empresa.

9. Fotocopia de las autorizaciones administrativas pertinentes relativas a la apertura de los locales y a la iniciación de la actividad de la Empresa.

10. Declaración de las tarifas de precios y de las condiciones generales de contratación.

Art. 21. Cuando las Agencias a que se refiere el artículo anterior adopten la forma de Empresa individual, deberán acompañar a la solicitud de inscripción en el Registro los siguientes documentos:

1. Certificación acreditativa de la inscripción en el Registro Mercantil.

2. Declaración jurada del titular de la Empresa, comprensiva de los nombres y apellidos de las personas que desempeñen los cargos de Director-Gerente, Apoderado general y otros similares, así como los datos relativos a su edad, estado, nacionalidad, domicilio, profesión y número del Documento Nacional de Identidad respectivo.

3. Certificación negativa de antecedentes penales de las personas indicadas en el apartado anterior.

4. Certificación del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad, donde se acredite que la Empresa posee suficientes medios para desarrollar adecuadamente su labor y que el capital destinado al negocio por el propietario, es suficiente para el tipo de actividad que la Agencia haya de llevar a cabo.

5. Plantilla del personal, visada por la Delegación Provincial de Trabajo.

6. Certificaciones del Registro de la Propiedad Industrial relativas al nombre comercial, marca y rótulo, si existieran.

7. Fotocopia de la escritura de propiedad o contrato de arrendamiento del local o locales ocupados por la Empresa.

8. Fotocopia de las autorizaciones administrativas pertinentes relativas a la apertura de los locales y a la iniciación de la actividad de la Empresa.

9. Declaración de las tarifas de precios y de las condiciones generales de contratación.

Art. 22. Los medios de difusión y los anunciantes que posean departamentos de explotación publicitaria, para solicitar la inscripción de los mismos en el Registro, deberán acompañar a la correspondiente instancia, suscrita por el Director o Gerente de la Empresa, certificaciones acreditativas de las circunstancias a que se refieren los apartados tres, cuatro y cinco del artículo 20 del presente Reglamento, referidas a las personas que tengan a su cargo el departamento de explotación publicitaria respectivo.

Igualmente deberán acompañar a la solicitud de inscripción, copia autorizada de la escritura pública de constitución, si se trata de una Sociedad, y certificación acreditativa de hallarse inscrita en el Registro Mercantil.

Art. 23. Las personas físicas que deseen ejercer la actividad profesional de Agente de publicidad habrán de solicitar su inscripción en el Registro. Los documentos que deberán acompañar a la oportuna solicitud son los siguientes:

1. Declaración jurada en la que manifiesten que se dedicarán profesionalmente a gestionar, en favor de las Agencias o de los medios, cualquier tipo de publicidad, mediante una actividad de pura mediación, haciendo constar también si desarrollarán o no la misma al servicio exclusivo de alguna Agencia o medio.

2. Certificación sindical de su idoneidad para el ejercicio profesional.

3. Certificación negativa de antecedentes penales.

4. Fotocopia del Documento Nacional de Identidad respectivo.

5. Dos fotografías tamaño carnet.

Art. 24. Cualquier modificación jurídica que experimenten los sujetos y actos inscritos en el Registro General de Publicidad habrá de ser comunicada al mismo por los interesados, para que se haga constar en el Registro mediante la práctica de la correspondiente nota. A la solicitud deberán acompañarse los documentos a que se refiere el artículo 26 del presente Reglamento.

Art. 25. La cesación de actividades de los sujetos inscritos y la extinción de éstos y de cualquier acto o contrato inscrito, se harán constar en el Registro mediante la correspondiente nota de cancelación, a solicitud justificada de los interesados o sus causahabientes.

Art. 26. Al solicitar la inscripción de los actos o contratos a que se refiere el artículo 16 y concordantes del presente Reglamento, deberá acompañarse a la instancia fotocopia del documento en que conste el acto o contrato de que se trate, la cual quedará archivada en el Registro.

Art. 27. Para solicitar cualquier tipo de asiento en el Registro General de Publicidad, deberá presentarse la documentación necesaria, acompañada de una instancia por duplicado dirigida al Subsecretario del Departamento, pidiendo la práctica del asiento de que se trate y relacionando los documentos que se acompañen. La presentación se hará en el Registro General del Ministerio de Información y Turismo, cuyo encargado devolverá diligenciado uno de los ejemplares de la instancia, haciendo constar, cuando lo solicite el interesado, la hora de presentación de la misma.

Art. 28. Al recibirse la solicitud de inscripción se extenderá una nota de presentación en el Libro Diario del Registro General de Publicidad, en el que se hará constar la fecha de presentación y los documentos aportados.

Art. 29. El Jefe del Servicio de Actividades Publicitarias, a propuesta del Jefe del Registro General de Publicidad, calificará, en un plazo máximo de quince días, los documentos presentados, resolviendo sobre la procedencia del asiento solicitado y comunicando al interesado la resolución adoptada.

Art. 30. La inscripción en el Registro de los sujetos que intervienen en la actividad publicitaria les faculta para solicitar del Ministerio de Información y Turismo el Título-licencia que les autorice a desempeñar sus funciones específicas.

TITULO IV

De la organización del Registro

Art. 31. En el Registro General de Publicidad se llevarán los siguientes libros:

- a) Libro Diario.
- b) Libro de Inscripciones, dividido en las siguientes secciones:
 1. Matrícula de inscripción de Agencias de Publicidad de Servicios Plenos.
 2. Matrícula de inscripción de Agencias de Publicidad General
 3. Matrícula de inscripción de Agencias de Publicidad de Distribución a Medios.
 4. Matrícula de inscripción de Estudios Técnicos de Publicidad.
 5. Matrícula de inscripción de Agencias de Publicidad de Exclusivas.
 6. Matrícula de inscripción de Exclusivas de Publicidad.
 7. Matrícula de inscripción de Agentes de Publicidad.

También se llevarán los libros auxiliares, ficheros y legajos de documentos que se estimen necesarios.

Art. 32. A cada sujeto publicitario se le abrirá un folio independiente con numeración propia y correlativa, en el correspondiente libro de inscripción.

Los actos, contratos, tarifas y condiciones generales de contratación se inscribirán en el folio del sujeto a que se refieren. También se extenderán en el mismo folio las notas de modificación y cancelación de los sujetos, actos y contratos.

Art. 33. El Registro será público; toda persona con capacidad legal según las normas generales del Derecho, podrá solicitar certificaciones y manifestaciones del contenido de sus libros.

Art. 34. La organización y funcionamiento del Registro, en lo no previsto en los artículos precedentes, se regirá por la Ley de Procedimiento Administrativo.

DISPOSICION TRANSITORIA

Los sujetos a que se refiere este Reglamento, que vinieran desarrollando actividades publicitarias con anterioridad a la entrada en vigor del mismo, quedan obligados a inscribirse en el Registro General de Publicidad y a adaptarse a los demás requisitos detallados en aquél, dentro de un plazo de seis meses contados a partir de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», en consonancia con lo prevenido en la Disposición transitoria primera del Estatuto de la Publicidad.

ORDEN de 7 de abril de 1965 por la que se aprueba el Reglamento del Jurado Central de Publicidad.

Ilustrísimo señor:

En el conjunto de Organos creados y estructurados en la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprobó el Estatuto de la Publicidad, destaca el Jurado Central de Publicidad como Organismo arbitral que conozca y resuelva las controversias privadas que surjan como consecuencia de los contratos de publicidad, y también como Organismo al que se confía la facultad o competencia para conocer y juzgar las violaciones de los principios generales del Estatuto de la Publicidad que pudieren producirse.

Una vez creada y reglamentada la actuación de la Junta Central de Publicidad, resulta preciso dictar las normas adecuadas para el funcionamiento del Jurado Central de Publicidad, tanto en lo que afecta a su constitución como a la composición de los Tribunales Arbitrales y al procedimiento a que los mismos habrán de ajustarse en sus actuaciones, sin perjuicio de que el propio Jurado vaya complementando tales normas con otras de carácter procesal que la práctica aconseje como idóneas en el transcurso del tiempo.

En su virtud, he tenido a bien disponer:

Artículo único.—Se aprueba el Reglamento del Jurado Central de Publicidad, que a continuación se inserta.

Lo digo a V. I. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a V. I. muchos años.

Madrid, 7 de abril de 1965.

FRAGA IRIBARNE

Ilmo. Sr. Subsecretario de Información y Turismo y Presidente de la Junta Central de Publicidad.

REGLAMENTO DEL JURADO CENTRAL DE PUBLICIDAD

CAPITULO PRIMERO

De la constitución del Jurado Central de Publicidad

Artículo 1.º El Jurado Central de Publicidad, cuya creación y funciones están contenidas en la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad, estará constituido por una lista de personas de acreditada honestidad e integridad profesional, en número de veintuno como mínimo, de entre los cuales se elegirán los que en cada caso hayan de formar el Tribunal Arbitral que deba conocer de la cuestión sometida a la decisión del Jurado.

Art. 2.º La selección de los miembros del Jurado se hará por la Junta Central de Publicidad, la cual tomará su decisión en base a las correspondientes propuestas del Ministerio de Información y Turismo, y de los profesionales, formuladas estas últimas a través del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad.

Art. 3.º Cada dos años la Junta Central de Publicidad determinará el número exacto de personas que hayan de integrar el Jurado Central de Publicidad, y lo comunicará al Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad, y al Servicio de Actividades Publicitarias del Ministerio de Información y Turismo, para que en el plazo de un mes confeccionen una lista que deberá estar constituida, al menos, por doble número de candidatos que los que hayan de ser elegidos.

Art. 4.º La mitad de los candidatos propuestos por el Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad lo serán en representación de las Agencias de Publicidad en sus diferentes denominaciones. La otra mitad estará constituida, en número igual, por profesionales que desempeñen la actividad al servicio de los Medios y de los Anunciantes.

Art. 5.º El nombramiento de los miembros del Jurado tendrá dos años de vigencia, sin perjuicio de reelecciones sucesivas. La mitad de ellos, al menos, de acuerdo con lo establecido en el artículo 62 del Estatuto de la Publicidad, lo serán de entre los propuestos por la Organización Sindical.

Art. 6.º Los informes o asesoramientos técnicos y jurídicos que el Jurado Central de Publicidad estime necesarios en relación con sus decisiones, serán emitidos y prestados, respectivamente, por el Ministerio de Información y Turismo, quien ejercerá tales funciones a través de sus órganos pertinentes en cada caso.

Art. 7.º Las funciones permanentes de carácter administrativo que sean requeridas por el Jurado serán desempeñadas por la Secretaría de la Junta Central de Publicidad.

CAPITULO II

De la composición del Tribunal Arbitral

Art. 8.º En los casos de violación o infracción a los principios generales del Estatuto de la Publicidad, el Tribunal Arbitral estará compuesto por siete miembros de entre los incluidos en la lista del Jurado, los cuales serán designados por sorteo, en acto convocado por la Comisión Permanente de la Junta Central de Publicidad, previa citación de los interesados. Este mismo procedimiento se seguirá para cubrir las vacantes que se produzcan por muerte o cualquier causa de incapacidad o imposibilidad de los miembros del Tribunal.

En estos casos, el interesado o sus causahabientes pondrán inmediatamente el hecho en conocimiento de la Junta Central de Publicidad, cuya presidencia tomará las medidas oportunas para la elección de los nuevos miembros del Tribunal, conforme a lo dispuesto en el párrafo anterior.

Art. 9.º Los miembros del Tribunal Arbitral podrán ser recusados ante el Ministro de Información y Turismo por cualquiera de las causas señaladas en el párrafo segundo del artículo 20 de la Ley de Procedimiento Administrativo, siguiendo los trámites señalados en el artículo 21 de la misma.

Art. 10. En las controversias que surjan entre partes determinadas con motivo de cualquier contrato de actividad publicitaria y sean sometidas al Jurado Central de Publicidad, el Tribunal Arbitral estará integrado por tres miembros elegidos por sorteo, en acto convocado por la Comisión Permanente de la Junta Central de Publicidad, previa citación de los interesados; el sorteo de los tres miembros se efectuará de entre otros tantos propuestos por cada una de las partes entre los incluidos en la lista del Jurado y en la forma señalada en los artículos 17.º y 18.º del presente Reglamento.