

blicitaria acotar y definir con la mayor precisión lo que desde el punto de vista estrictamente publicitario ha de entenderse como medio de difusión.

Atendida la importancia de la cuestión, de la que se derivan importantes consecuencias en el plano jurídico y profesional, también la Administración se preocupó desde el primer momento en recabar el parecer y opinión de los sectores interesados.

Por todo ello, y en ejercicio de las facultades que me confiere el artículo 5.º de la Ley citada al principio, he tenido a bien disponer:

Artículo 1.º Tendrán la consideración de medio los Organos de Información de la Administración y del Movimiento y las Empresas o Entidades privadas con personalidad y capacidad jurídica suficientes para actuar profesionalmente que titulares de elementos materiales susceptibles de ser utilizados como vehículos de difusión publicitaria, los explotan de forma organizada, sistemática y habitual, cediendo a tal fin sus espacios o tiempos mediante una contraprestación en dinero.

Art. 2.º Tendrán la consideración de Exclusivas de Publicidad:

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

b) Los Departamentos de explotación publicitaria de los medios y de los anunciantes.

Art. 3.º Los Organos de Información de la Administración y del Movimiento, así como aquellas Empresas o Entidades privadas de naturaleza periodística o radiodifusora, no podrán tener intereses económicos en ninguna clase de Agencia o Empresa de Publicidad, ni éstas en aquéllas.

Art. 4.º Las Empresas, Entidades, Asociaciones, Organismos, etcétera, industriales, comerciales, de servicios, etc., cuyo principal objeto social no sea la explotación publicitaria de soportes de su propiedad, podrán:

a) Ceder su explotación comercial publicitaria a Agencias o Empresas de Exclusivas.

b) Constituir a tal fin una Agencia o Empresa de Exclusiva.

Art. 5.º La contratación de bienes o elementos materiales susceptibles de utilización como vehículos de difusión publicitaria, cuya titularidad corresponda a personas que no tengan la consideración de medio (toldo de una tienda, banderola de un comercio, etc.), podrá pactarse por las Agencias o por los anunciantes, directamente, con los titulares de los citados bienes o elementos.

Lo que comunico a V. I. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a V. I. muchos años.

Madrid, 24 de febrero de 1969.

FRAGA IRIBARNE

Ilmo. Sr. Subsecretario de Información y Turismo.

*ORDEN de 27 de febrero de 1969 por la que se desarrolla el Decreto de publicidad exterior.*

Ilustrísimo señor:

El Decreto 917/1967, de 20 de abril, superando la dispersión y fragmentación de las normas precedentes, reguló con carácter unitario aquella modalidad de actividad publicitaria que se caracterizaba por la naturaleza del medio de difusión y la ubicación de los destinatarios del mensaje.

Transcurrido el tiempo suficiente desde su promulgación y consiguientemente el plazo requerido para la adaptación de la realidad a la nueva normativa, se está en el caso de proceder a desarrollar, dentro del ámbito de competencia de este Ministerio, los preceptos de dicho Decreto.

En su virtud, y en uso de las facultades que me confiere el artículo 13 del Decreto de referencia, he tenido a bien disponer:

Artículo 1.º Con carácter meramente enunciativo, se reputará publicidad exterior toda representación gráfica o texto publicitario que se presente en soportes situados en las facha-

das, medianeras, cerramientos, postes, faroles, columnas, etcétera, de los centros urbanos o en el campo; en el interior o exterior de vehículos de servicios públicos; en las zonas de utilización general de estaciones de ferrocarril metropolitanos. Empresas de transporte terrestre, aeropuertos y puertos, aparcamientos; campos de fútbol, instalaciones deportivas, campings, plazas de toros, etc.; mensajes comerciales transmitidos a través de megáfonos, amplificadores de sonido, etc., de carácter fijo o itinerante; anuncios luminosos, permanentes o intermitentes, de iluminación propia o reflectante, total o parcialmente publicitarios.

Art. 2.º Sin perjuicio de las concretas autorizaciones a que se refiere el párrafo primero del artículo 11 del Decreto de referencia, el ejercicio de la actividad de publicidad exterior requerirá la previa inscripción en el Registro General de Publicidad de la persona física o jurídica que pretenda efectuarla, con la sola excepción a que se refiere el artículo 19 de la Ley 61/1964.

Art. 3.º A los efectos prevenidos en el artículo anterior, tendrán la consideración de medio aquellas Empresas que, permanentemente y como actividad empresarial única, utilicen soportes de su propiedad como medio de difusión publicitaria, procediendo a la contratación de sus espacios mediante una contraprestación en dinero.

Art. 4.º Las Empresas que profesionalmente se dediquen al ejercicio de la actividad deberán notificar a la Unidad Central de Actividades Publicitarias, previamente a su aplicación, las tarifas a que han de someterse en su actuación profesional.

Art. 5.º El informe a que se refiere el párrafo segundo del artículo 11 del Decreto 917/1967 será requerido del Ministerio de Información y Turismo a través de las Delegaciones provinciales correspondientes quienes, dentro del plazo de diez días, y a través de la Unidad Central de Actividades Publicitarias, lo elevará, con el suyo propio, a la Subsecretaría del Departamento, que podrá recabar de los Centros directivos u órganos administrativos competentes o de la Junta Central de Publicidad los que considere pertinentes.

Cuando se trate de Municipios incluidos en una zona turística de interés nacional, así como de conjuntos o urbanizaciones que posean la calificación de centros turísticos de interés nacional, será preceptivo el informe de la Dirección General de Promoción del Turismo.

Dichos informes, que deberán ser emitidos dentro del improrrogable plazo de diez días, comprenderán cuantos datos y orientaciones se estimen de interés a los efectos requeridos y, de modo especial, los relativos a la Empresa que solicita la autorización y a las características y condiciones en que aquélla haya de ser otorgada.

Art. 6.º El informe a que se refiere el artículo 12 del Decreto en cuestión será elaborado por la Unidad Central de Actividades Publicitarias, quien, en su caso, y a través de los órganos competentes, podrá interesar el asesoramiento de la Junta Central de Publicidad, que habrá de emitirlo en el improrrogable plazo de un mes.

Lo que comunico a V. I. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a V. I. muchos años.

Madrid, 27 de febrero de 1969.

FRAGA IRIBARNE

Ilmo. Sr. Subsecretario de Información y Turismo.

*ORDEN de 28 de febrero de 1969 por la que se modifica la de 13 de octubre de 1962 sobre composición del Consejo Nacional de Prensa.*

Ilustrísimos señores:

Constituido dentro del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad el Grupo Nacional de Prensa Técnica, que engloba a los representantes de un elevado número de publicaciones de carácter técnico y de especialización profesional de evidente importancia en cuanto a órganos informativos especializados, se estima conveniente que tal sector de publicaciones tenga una presencia directa en el Consejo Nacional de Prensa, Organismo consultivo, cuya competencia entiende en

materias que afectan de modo inmediato a las publicaciones aludidas.

Oído el Consejo Nacional de Prensa, que en reunión plenaria celebrada el 12 de febrero de 1968 elevó propuesta en tal sentido, basándose en lo dispuesto en el artículo 13 de su Reglamento, y a propuesta de la Dirección General de Prensa, dispongo:

Artículo único.—1. El artículo 6.º de la Orden de 13 de octubre de 1962, modificado por la de 16 de diciembre de 1967, queda redactado en su apartado g) en la siguiente forma:

El pleno del Consejo estará constituido por los siguientes miembros:

g) Veinte representantes de las Empresas informativas, designados a propuesta del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad, representándolas como sigue:

1. Dos representantes de las Empresas editoras de publicaciones diarias de ámbito nacional.
  2. Dos representantes de las Empresas editoras de publicaciones diarias de ámbito regional.
  3. Un representante de las Empresas editoras de publicaciones diarias de ámbito local.
  4. Dos representantes de las Empresas editoras de semanarios.
  5. Dos representantes de las Empresas editoras de revistas de periodicidad no semanal.
  6. Un representante de las Empresas editoras de revistas técnicas.
  7. Un representante de las Empresas editoras de publicaciones infantiles y juveniles.
  8. Dos representantes de Empresas de radiodifusión.
  9. Cuatro representantes de las Agencias informativas, dos de los cuales, al menos, lo serán de Agencias mixtas.
  10. Dos representantes de las Empresas de publicidad y uno de las actividades publicitarias individuales.
2. El artículo 10 del Reglamento del Consejo Nacional de Prensa, de 19 de diciembre de 1967, tendrá en adelante la siguiente redacción en su apartado e):

Los Vocales Consejeros con carácter representativo, nombrados por el Ministro de Información y Turismo a propuesta de los Organismos y Entidades correspondientes, serán:

e) Veinte representantes de las Empresas informativas, designados a propuesta del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad, representándolas como sigue:

1. Dos representantes de las Empresas editoras de publicaciones diarias de ámbito nacional.
2. Dos representantes de las Empresas editoras de publicaciones diarias de ámbito regional.
3. Un representante de las Empresas editoras de publicaciones diarias de ámbito local.
4. Dos representantes de las Empresas editoras de semanarios.
5. Dos representantes de las Empresas editoras de revistas de periodicidad no semanal.
6. Un representante de las Empresas editoras de revistas técnicas.
7. Un representante de las Empresas editoras de publicaciones infantiles y juveniles.
8. Dos representantes de Empresas de Radiodifusión.
9. Cuatro representantes de las Agencias informativas, dos de los cuales, al menos, lo serán de Agencias mixtas.
10. Dos representantes de las Empresas de publicidad y uno de las actividades publicitarias individuales.

Lo que comunico a VV. II. a los efectos oportunos.  
Dios guarde a VV. II. muchos años.  
Madrid, 28 de febrero de 1969.

FRAGA IRIBARNE

Hmos. Sres. Subsecretario de Información y Turismo y Director general de Prensa.

## SECRETARIA GENERAL DEL MOVIMIENTO

DECRETO 455/1969, de 21 de marzo, por el que se prorroga el mandato de los cargos sindicales electivos.

El Decreto de Secretaria General del Movimiento número seiscientos veinte/mil novecientos sesenta y seis, de veintiséis de marzo, convocó al cuerpo electoral sindical para la elección de los cargos que determina el Decreto de diecisiete de julio de mil novecientos cuarenta y tres y el Reglamento dictado para su aplicación, y en su artículo quinto dispone que la duración del mandato electoral será de seis años, contados a partir de la fecha de posesión del respectivo cargo, renovándose los titulares por mitades cada tres años y pudiendo ser reelegidos en sucesivos periodos electorales.

De acuerdo con lo dispuesto en este Decreto, corresponde realizar la renovación de la mitad de los cargos sindicales electivos en este año mil novecientos sesenta y nueve, en que se cumplen los tres primeros años de mandato.

La Ley Orgánica del Estado, número uno/mil novecientos sesenta y siete, de diez de enero, modifica el artículo sexto de la Ley de Cortes en el sentido de que los Procuradores en Cortes lo serán por cuatro años, siendo susceptibles de reelección. Asimismo el Decreto mil ochocientos dieciocho/mil novecientos sesenta y siete, de nueve de agosto, convocó elecciones para que la Organización Sindical designase a los Procuradores que, teniendo carácter electivo, han de ostentar su representación en las Cortes Españolas y cuyo mandato durará hasta mil novecientos setenta y uno.

A la vista de estas disposiciones se hace patente un desfase entre la duración del mandato de los cargos electivos sindicales en los órganos de gobierno de las Entidades Sindicales y la duración del mandato de los Procuradores sindicales en Cortes, con lo que se entorpece la perfecta sincronización que debe existir entre ambas representaciones, por cuya razón y, teniendo en cuenta que está pendiente de su estudio por las Cortes la nueva Ley Sindical, previo acuerdo del Consejo de Ministros en su reunión del día veintinueve de marzo de mil novecientos sesenta y nueve.

### DISPONGO:

Artículo primero.—Se modifica el artículo quinto del Decreto número seiscientos veinte/mil novecientos sesenta y seis, de veintiséis de marzo, de la Secretaria General del Movimiento, cuya redacción será la siguiente:

«Artículo quinto.—La duración del mandato electoral será de ocho años, contados a partir de la fecha de posesión del respectivo cargo.

Los titulares serán renovados por mitades cada cuatro años y podrán ser reelegidos en sucesivos periodos electorales.

Para la determinación de la mitad que haya de ser renovada en el primer cuatrienio se contabilizarán las bajas habidas, cualquiera que haya sido la causa de las mismas, completándose el número por sorteo entre los componentes de cada Junta.

Los problemas que puedan surgir con motivo de esta determinación serán resueltos por las Juntas Provinciales de Elecciones Sindicales y en su esfera por la Junta Nacional.

Los cargos de Presidentes y Vicepresidentes de Sindicatos, Juntas de Secciones, Grupos, Subgrupos, Hermandades, Cofradías, Gremios y demás Entidades Sindicales que hayan sido cubiertos por elección serán renovados cada cuatro años.»

Artículo segundo.—Se prorroga el mandato de los actuales representantes sindicales que deberían cesar en el primer trienio hasta la nueva convocatoria de elecciones, ajustándose el resto a lo dispuesto en este Decreto.

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en Madrid a veintinueve de marzo de mil novecientos sesenta y nueve.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro Secretario general  
del Movimiento,  
JOSE SOLIS RUIZ