

MINISTERIO DE TRABAJO

ORDEN de 17 de agosto de 1964 en la que se da nueva redacción al artículo 33 del Reglamento de Servicios Sanitarios del Seguro Obligatorio de Enfermedad, de 20 de enero de 1948.

Ilustrísimo señor:

El Reglamento de Servicios Sanitarios del Seguro Obligatorio de Enfermedad, aprobado por Orden de 20 de enero de 1948, reguló en su artículo 33 el derecho a licencia en caso de enfermedad del personal facultativo del Seguro, ampliado, por la Orden de 3 de noviembre de 1955, a las Enfermeras del Seguro y a las Comadronas nombradas para prestar sus servicios exclusivamente en las Residencias sanitarias del Seguro Obligatorio de Enfermedad.

En ninguna de ambas disposiciones se determinaron los derechos del personal sanitario femenino, facultativo o auxiliar, en caso de maternidad, por lo que se hace preciso subsanar esta laguna, unificando al mismo tiempo las normas concernientes al expresado derecho, con una nueva redacción del artículo 33 del referido Reglamento.

En su virtud, este Ministerio ha tenido a bien disponer:

Artículo 1.º El artículo 33 del Reglamento de Servicios Sanitarios del Seguro Obligatorio de Enfermedad, de 20 de enero de 1948, quedará redactado como sigue:

«Artículo 33. Independientemente de lo dispuesto en los artículos anteriores:

1.º El personal sanitario facultativo y auxiliar del Seguro tendrá derecho a licencia en caso de enfermedad, debidamente comprobada, por el tiempo de duración de la misma.

En el primer mes disfrutará de la totalidad de sus emolumentos, computándose a tal efecto la prestación económica que, en su caso, perciba con cargo al Seguro Obligatorio de Enfermedad.

En el resto, hasta treinta y nueve semanas, a contar desde el comienzo de la licencia, percibirán la mitad de su retribución quienes no tuvieran derecho a la prestación económica de dicho Seguro Obligatorio.

Transcurridas las treinta y nueve semanas, y hasta que se cumpla el año de baja por enfermedad, conservará solamente el derecho a la reserva del puesto, quedando en situación de excedencia forzosa pasado este plazo.

Será condición indispensable para el reingreso de quienes hayan padecido enfermedad durante más de un año poseer aptitud física, debidamente comprobada, para el ejercicio profesional.

En el caso de que su nombramiento fuese definitivo, tendrá derecho preferente para ocupar vacantes en el primer concurso que se convoque en la localidad donde actuaba. Si el nombramiento tuviera carácter provisional, conservará la preferencia que le concedan las escalas y disposiciones vigentes para los futuros concursos.

2.º En caso de maternidad, el personal sanitario femenino, facultativo y auxiliar tendrá derecho a licencia durante los períodos de descanso obligatorio y voluntario.

Se entenderá por descanso obligatorio la cesación absoluta de todo trabajo durante las seis semanas posteriores al parto y al lapso de tiempo que en su caso prescriba el Tocólogo, y que podrá alcanzar hasta seis semanas antes del parto.

Se entenderá por descanso voluntario aquel que, no prescrito por el Tocólogo, disfrute la interesada hasta seis semanas anteriores a la fecha del parto prevista por dicho facultativo. Una vez comenzado el descanso voluntario, no podrá reanudarse el trabajo hasta la total extinción del período legal de descanso obligatorio.

Durante los indicados períodos de descanso disfrutará de la totalidad de los emolumentos, computándose a tal efecto la prestación económica que, en su caso, se perciba con cargo al Seguro Obligatorio de Enfermedad.

3.º Las Instituciones de que dependa el personal sanitario facultativo y auxiliar, a que el presente artículo se refiere, abonarán al mismo los honorarios correspondientes o las cantidades necesarias para completar la totalidad de los emolumentos en los casos previstos en los números 1.º y 2.º.

4.º El personal sanitario femenino no protegido por Seguro Obligatorio de Enfermedad percibirá sus honorarios, en caso de maternidad, por el Servicio de Determinación de Honorarios o la Institución de la que económicamente dependan.»

Artículo 2.º Queda derogada la Orden de este Ministerio de 3 de noviembre de 1955.

Artículo 3.º Lo dispuesto en la presente Orden entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

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

Dios guarde a V. I. muchos años.

Madrid, 17 de agosto de 1964.

ROMERO GORRIA

Ilmo. Sr. Director general de Previsión.

MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

DECRETO 2569/1964, de 22 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento del Instituto Nacional de Publicidad.

La aprobación del Estatuto de la Publicidad por Ley sesenta y uno/mil novecientos sesenta y cuatro, de once de junio, ha supuesto en nuestra Patria un avance legislativo cuyas fecundas consecuencias ya se están dejando sentir. La regulación orgánica de las múltiples facetas del fenómeno publicitario hizo imprescindible la creación del Instituto Nacional de Publicidad para promover e impulsar el progreso cultural, técnico y artístico en este importante sector de la actividad económica y profesional.

El Instituto, configurado como Organismo autónomo de los regulados por la Ley de veintiséis de diciembre de mil novecientos cincuenta y ocho, ha de ser la pieza fundamental en el perfeccionamiento general de la publicidad española. Esta tarea será realizada en tres vertientes simultáneas: la preparación de profesionales competentes, el estudio e investigación de todas aquellas materias relacionadas con la publicidad y la difusión de conocimientos, nuevas técnicas y resultados. Con el Reglamento que ahora se aprueba queda abierto un amplio cauce para que esta nueva institución, con importantes precedentes en otros sectores de la competencia del Ministerio de Información y Turismo, cuente con los medios materiales y humanos necesarios para llevar a cabo su relevante misión. El criterio que ha presidido la elaboración del Reglamento ha sido el de agilizar el funcionamiento del Instituto, con el fin de que pueda realizar la tarea que se le encomienda con la máxima eficacia.

Así, pues, a tenor de la disposición adicional primera del Estatuto de la Publicidad, se da un nuevo paso normativo en el camino que inició aquél y que fué seguido por el Decreto de creación del Servicio de Actividades Publicitarias del Ministerio de Información y Turismo, para que la publicidad española cuente con una regulación jurídica proporcionada a la importancia que tiene en la vida social y económica de la nación.

En consecuencia, a propuesta del Ministro de Información y Turismo y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día veinte de agosto de mil novecientos sesenta y cuatro,

DISPONGO:

Artículo único.—De acuerdo con lo establecido en la disposición adicional primera del Estatuto de la Publicidad queda aprobado el Reglamento del Instituto Nacional de Publicidad que a continuación se inserta.

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en San Sebastián a veintidós de agosto de mil novecientos sesenta y cuatro.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro de Información y Turismo,
MANUEL FRAGA IRIBARNE

REGLAMENTO DEL INSTITUTO NACIONAL DE PUBLICIDAD

TITULO PRIMERO

CARÁCTER Y FINES

Artículo 1.º El Instituto Nacional de Publicidad, adscrito al Ministerio de Información y Turismo, es una entidad de derecho público creada por Ley de 11 de junio de 1964, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que se rige por las disposiciones de la Ley de 26 de diciembre de 1958, por sus

normas de creación y por las contenidas en el presente Reglamento.

Art. 2.º Son misiones del Instituto la genérica señalada en el artículo 20 de la Ley de 11 de junio de 1964 y las específicas siguientes:

1.ª La investigación de principios científicos y técnicos de aplicación en materia publicitaria y la edición de publicaciones, así como la documentación acerca de los trabajos de este tipo realizados en países extranjeros.

2.ª La difusión entre los profesionales y estudiosos de la publicidad, de los datos y orientaciones que se estimen de utilidad o que aquéllos le soliciten.

3.ª La enseñanza de las materias que faculden para la obtención del título de Técnico publicitario.

Art. 3.º Serán de competencia del Instituto los cometidos siguientes:

1.º La adopción de medidas de promoción y fomento de las ciencias y técnicas publicitarias.

2.º La difusión entre los profesionales de los avances y adelantos conseguidos en este campo.

3.º El estudio, informe y dictamen de las consultas que le formulen los órganos de la Administración Pública.

4.º El impartir la enseñanza publicitaria, sin perjuicio de la dispensada por las escuelas privadas reconocidas, y la exclusiva expedición de los correspondientes títulos oficiales.

5.º El establecimiento de relaciones y conexiones de carácter oficial con Entidades y Organismos públicos y privados de carácter análogo, en España o en el extranjero.

6.º La realización de cuantas funciones le sean encomendadas por disposición legal, resolución administrativa o decisión de sus órganos rectores.

Art. 4.º Las funciones de inspección del Ministerio de Información y Turismo sobre los Servicios del Instituto se ejercerán conforme a lo previsto en el artículo 74,1 de la Ley de Entidades Estatales Autónomas y en los artículos 14,1 y 15,3 de la Ley de Régimen Jurídico de la Administración del Estado.

TITULO II

DE LOS ÓRGANOS Y SU COMPETENCIA

Art. 5.º Constituirán el Instituto Nacional de Publicidad los siguientes órganos:

- 1.º El Patronato.
- 2.º La Comisión Permanente.
- 3.º La Dirección.
- 4.º La Secretaría General.
- 5.º La Jefatura de Estudios.
- 6.º Las Dependencias.

CAPITULO PRIMERO

Del Patronato

Art. 6.º El Instituto estará regido por un Patronato, que desempeñará las funciones deliberantes de alto consejo y alta dirección en la forma determinada por este Reglamento.

Art. 7.º Constituirán el Patronato del Instituto Nacional de Publicidad.

1.º El Ministro de Información y Turismo, que actuará como Presidente.

2.º El Subsecretario de Información y Turismo, que actuará como Vicepresidente.

3.º Los Vocales que a continuación se mencionan: Sendos representantes designados por los Ministros de Hacienda, Gobernación, Obras Públicas, Educación Nacional, Comercio e Industria.

El Presidente del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad y dos representantes más, uno de la Sección Social y otro de la Económica, designados por él mismo.

Dos Catedráticos de Facultades de Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales o de Derecho designados por el Ministro de Educación Nacional.

Seis Vocales designados por el Presidente del Patronato entre personas de reconocida autoridad en la actividad publicitaria. Tres de ellos serán designados libremente y los otros tres de entre los incluidos en sendas ternas propuestas por el Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad.

El Jefe del Servicio de Actividades Publicitarias del Ministerio de Información y Turismo y el Director del Instituto Nacional de Publicidad.

4.º Será Secretario del Patronato, con voz pero sin voto, el Secretario general del Instituto Nacional de Publicidad.

Art. 8.º Para la validez de las deliberaciones y acuerdos del Patronato será menester la presencia por sí o por delegación del Presidente o del Vicepresidente, del Secretario y de un número de Vocales no inferior a cuatro.

Art. 9.º El Patronato celebrará anualmente una reunión ordinaria, al finalizar el curso, para examinar la labor realizada por el Instituto, orientar las líneas generales sobre programas y planes de estudio y actuación, y examinar el balance anual.

El Patronato se reunirá además, con carácter extraordinario, cuantas veces sea convocado al efecto por su Presidente. Los Vocales podrán solicitar, mediante escrito razonado, que el Presidente realice tal convocatoria, resolviendo éste discrecionalmente sobre su oportunidad.

Las convocatorias ordinaria y extraordinaria deberán ser notificadas personalmente a todos los miembros del Patronato con una antelación no menor de quince días.

Art. 10. Reunido el Patronato, con las condiciones de validez del artículo 8.º, se adoptarán las resoluciones por mayoría absoluta, decidiendo en caso de empate el voto del Presidente de la reunión.

Art. 11. Los acuerdos y resoluciones del Patronato constituirán normas de aplicación inmediata para el Instituto. Todas las personas que se consideren perjudicadas en sus derechos e intereses legítimos por tales resoluciones podrán impugnarlas mediante los recursos que ofrece el capítulo IX de la Ley de Entidades Estatales Autónomas.

CAPITULO II

De la Comisión Permanente

Art. 12. La Comisión Permanente del Instituto Nacional de Publicidad actuará como Organismo rector y con carácter de representación del Patronato para la resolución de los asuntos que no estén especialmente atribuidos a la competencia de aquél, y en particular:

1.º Para la decisión en concreto sobre planes de estudio y programas de actuación del Instituto en las funciones de investigación, difusión y enseñanza que le son peculiares.

2.º Para el nombramiento de Profesores y demás personal contratado por el Instituto Nacional de Publicidad.

3.º Para elevar propuestas al Patronato acerca de las modificaciones que la práctica aconseje introducir en el régimen interior del Instituto.

4.º Para conocer de las propuestas de gasto dentro de las líneas generales de ordenación presupuestaria aprobadas por el Patronato.

5.º Para resolver en los concursos premios nacionales y certámenes de todo tipo convocados por el Patronato para el fomento de la publicidad, siempre que en la orden de convocatoria no se prevea un Jurado distinto para discernir los premios.

6.º Para la resolución urgente e inaplazable de asuntos de la competencia del Patronato, caso en el cual se elevará propuesta al Presidente del mismo para su inmediata convocatoria.

Art. 13. La Comisión Permanente del Instituto Nacional de Publicidad estará constituida por:

1.º El Subsecretario de Información y Turismo, que actuará como Presidente con voto de calidad.

2.º El Presidente del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad.

3.º Dos vocales del Patronato elegidos en el seno del mismo y en su reunión constitutiva, por periodos anuales, pudiendo ser reelegidos.

4.º El Jefe del Servicio de Actividades Publicitarias del Departamento y el Director del Instituto Nacional de Publicidad.

Art. 14. La Comisión Permanente se reunirá mensualmente con carácter ordinario y con carácter extraordinario lo hará cuantas veces sea convocada por su Presidente. En uno y otro caso, la convocatoria se realizará mediante notificación personal y con tres días de antelación como mínimo. Las decisiones serán válidas cualquiera que sea el número de Vocales asistentes.

CAPITULO III

De la Dirección

Art. 15. El Director del Instituto Nacional de Publicidad será designado y separado libremente por el Ministro de Información y Turismo. El nombramiento deberá recaer en persona de reconocida autoridad y prestigio en el campo de las actividades publicitarias.

Art. 16. Corresponde al Director del Instituto las funciones siguientes:

- 1.ª Dirigir las tareas del Instituto.
- 2.ª Ejecutar los acuerdos del Patronato y su Comisión Permanente.
- 3.ª Ordenar los Servicios del Instituto, determinando su régimen interno.
- 4.ª Elevar al Patronato, previo informe favorable de la Comisión Permanente, el proyecto de presupuesto y la distribución de los créditos asignados.
- 5.ª Ordenar los gastos del Instituto, conforme a lo determinado en el capítulo V de la Ley de 26 de diciembre de 1958.
- 6.ª Proponer al Patronato, a través de la Comisión Permanente, la resolución de asuntos de su competencia.

CAPITULO IV

De la Secretaría General

Art. 17. El Secretario general del Instituto Nacional de Publicidad desempeñará las funciones de gestión ordinaria y coordinación de las actividades propias del Instituto.

Será nombrado por el Ministro de Información y Turismo entre funcionarios de carrera que presten sus servicios en el Departamento.

Art. 18. Será de competencia específica del Secretario general:

- 1.º La Jefatura directa del personal y de los servicios administrativos del Instituto.
- 2.º La redacción de actas, recepción de votos reservados y cuantas otras funciones le competan como Secretario del Patronato.
- 3.º El mantenimiento en todo caso de la debida coordinación entre las actividades del Instituto y el Servicio de Actividades Publicitarias del Departamento.
- 4.º La ejecución de los cometidos y gestiones que le encomienden los Organismos rectores y consultivos del Instituto.
- 5.º La ordenación y gestión de los trámites exteriores a que dé lugar la acción del Instituto.
- 6.º La sustitución del Director en casos de vacante, ausencia o enfermedad.
- 7.º Elaborar el anteproyecto de presupuesto, Memoria y balance de las actividades y trabajo realizados durante el ejercicio correspondiente, para su elevación al Director, así como velar por el adecuado régimen de contabilidad.
- 8.º La representación del Instituto en juicio y fuera de él, con autorización específica de la Comisión Permanente o del Ministro de Información y Turismo, en los casos en que así lo exijan disposiciones especiales.
- 9.º Cuantos cometidos y competencias no estén específicamente encomendados a otros órganos por el presente Reglamento.

CAPITULO V

De la Jefatura de Estudios

Art. 19. El Jefe de Estudios del Instituto Nacional de Publicidad será nombrado por el Ministro entre funcionarios de carrera que presten sus servicios en el Departamento. Tendrá a su cargo la coordinación de las actividades investigadoras y docentes del Instituto y, de manera especial, el control de la disciplina académica.

CAPITULO VI

De las dependencias

Art. 20. Para el cumplimiento de sus misiones el Instituto Nacional de Publicidad se estructurará en las siguientes dependencias especializadas:

- 1.ª Sección de Investigación y Estudios.
- 2.ª Sección de Documentación y Ediciones.
- 3.ª Oficina de Relaciones Públicas
- 4.ª Escuela Oficial de Publicidad.

Art. 21. Para la realización de los fines señalados, respectivamente, en los párrafos primero y segundo del artículo segundo de este Reglamento, las Secciones de Investigación y Estudios y de Documentación y Ediciones contarán con el personal especializado que sea contratado al efecto, mediante propuestas elevadas al Director por los Jefes de Sección respectivos y aprobadas por la Comisión Permanente.

Los Jefes de las dos Secciones mencionadas serán designados por el Ministro entre funcionarios de carrera que presten

sus servicios en el Departamento, a propuesta de la Comisión Permanente.

Art. 22. La Oficina de Relaciones Públicas actuará como órgano de comunicación entre el Instituto y las personas y Entidades que con él se relacionen, tanto en orden a la difusión entre los profesionales de los conocimientos y avances conseguidos como respecto a la proposición a la Dirección del Instituto de las peticiones o sugerencias procedentes de los particulares.

El Jefe de la Oficina de Relaciones Públicas será designado por el Ministro entre funcionarios de carrera que presten sus servicios en el Departamento, a propuesta de la Comisión Permanente.

Art. 23. La Escuela Oficial de Publicidad será la unidad administrativa especializada que imparta de modo oficial las enseñanzas de la publicidad y que controle, a efectos de titulación, los estudios realizados en las Escuelas privadas.

El Jefe de ficha Dependencia y Director de la Escuela será nombrado y separado por el Ministro de Información y Turismo, a propuesta de la Comisión Permanente.

Art. 24. El Director del Instituto Nacional de Publicidad, previa aprobación por el titular del Departamento, a través de la Comisión Permanente, designará los Profesores y colaboradores, y dará el visto bueno previo al otorgamiento de los títulos o diplomas que acrediten la realización de estudios publicitarios, a propuesta de los órganos competentes en cada caso.

Art. 25. El nombramiento de Profesores de la Escuela Oficial de Publicidad se realizará previo concurso público convocado en el «Boletín Oficial del Estado», precisando en cada convocatoria los criterios de valoración conforme a los cuales se realizarán las propuestas de nombramiento y las cualidades personales, profesionales o académicas que han de reunir para cada cátedra los aspirantes.

Art. 26. Las Escuelas no oficiales en que se impartan enseñanzas publicitarias podrán solicitar y obtener la calificación de Escuelas reconocidas por el Ministerio de Información y Turismo, y sus alumnos, concurrir a exámenes finales de reválida en la Escuela Oficial, requisito mediante el cual podrán obtener el título oficial otorgado en la misma.

Para conseguir la calificación de Escuela reconocida el Centro interesado elevará instancia al Ministro de Información y Turismo, que resolverá, a propuesta del Subsecretario del Departamento, siendo preceptivos los informes del Servicio de Actividades Publicitarias y de la Secretaría General del Instituto Nacional de Publicidad.

La resolución del Ministro pondrá fin a la vía gubernativa.

Art. 27. La Escuela Oficial de Publicidad establecerá, a través de la Oficina de Relaciones Públicas del Instituto, los contactos necesarios con Agencias y Empresas publicitarias para que los alumnos puedan realizar periodos de prácticas en éstas, como complemento de las enseñanzas previamente cursadas en la Escuela.

Análogamente, la Escuela, a través de la misma Oficina, será cauce para las peticiones de personal cualificado que las Empresas pudieren dirigir al Instituto.

Art. 28. El ejercicio de la profesión publicitaria, en sus diversas especialidades, seguirá siendo libre.

No obstante, y conforme a la disposición transitoria segunda del Estatuto de la Publicidad, a partir del 1 de enero de 1969 las Agencias de publicidad deberán tener a su servicio por lo menos un Técnico publicitario con título oficial.

Art. 29. La Escuela Oficial de Publicidad convocará con carácter periódico, en base a cuestionarios establecidos previamente, exámenes extraordinarios, que serán requisito indispensable para obtener el título de Técnico publicitario con dispensa de escolaridad oficial o privada.

Podrán concurrir a estos exámenes extraordinarios:

- 1.º Los españoles que acrediten suficientemente, de acuerdo con las normas de la convocatoria, una práctica profesional de seis años, como mínimo, en el desempeño de actividades publicitarias, o de tres si estuvieren en posesión de algún título universitario o de Escuela Técnica Superior.
- 2.º Los extranjeros que acrediten suficientemente, a juicio de la Dirección del Instituto, una dedicación profesional a la publicidad y deseen obtener dicho título, siempre que su situación sea conforme a las normas protectoras del trabajo nacional.

Art. 30. La Escuela Oficial de Publicidad realizará periódicamente cursos y cursillos de formación profesional acelerada de acuerdo con las necesidades de las empresas y profesiones publicitarias y previo acuerdo en cada caso de la Comisión Permanente del Patronato del Instituto Nacional de Publicidad.

TITULO III

DEL PERSONAL

Art. 31. Todo el personal que preste sus servicios en el Instituto Nacional de Publicidad, y para cuyo nombramiento sea requerido el carácter de funcionario público, quedará sujeto a las normas generales que en tal concepto le correspondan.

Art. 32. Las tareas administrativas de trámite y las auxiliares, serán desempeñadas por funcionarios del Instituto seleccionados de conformidad con el sistema previsto en el artículo 82 de la Ley de Régimen Jurídico de las Entidades Estatales Autónomas de 26 de diciembre de 1958 y con el Decreto 145/1964, de 23 de enero.

Art. 33. El personal docente del Instituto y el colaborador que desempeñe sus funciones en condiciones de profesionalidad reconocida y autonomía intelectual, se relacionará con el Instituto mediante contrato.

Los contratos serán firmados por el interesado y el Director del Instituto. Los litigios a que pueda dar lugar la interpretación, ejecución y resolución de estos contratos se someterán a la jurisdicción contencioso-administrativa.

Dichos contratos se realizarán con la persona que proponga el órgano del Instituto competente, según la función de que se trate.

Art. 34. Los contratos con los colaboradores a que se refiere el artículo anterior se celebrarán por el plazo máximo de dos años, al cabo de los cuales habrá de procederse a nueva convención.

En el caso de los Profesores de Escuela Oficial de Publicidad, los contratos se celebrarán conforme a lo dispuesto en el artículo anterior y con la persona designada en virtud del artículo 25 del presente Reglamento. Los nombramientos en este caso serán por dos años, prorrogables por otros dos mediante nueva convención. Pasados los cuatro años habrá de procederse a nuevo concurso, al que el titular anterior de la cátedra podrá asistir en igualdad de condiciones con los nuevos candidatos.

Art. 35. Los actos dolosos o culposos que no queden sujetos a la legislación penal común y sean cometidos por funcionarios del Instituto Nacional de Publicidad en el desempeño de sus cargos, quedarán sujetos al régimen sancionador y de Tribunales de honor, que es aplicable a los funcionarios del Ministerio de Información y Turismo.

Art. 36. Cuando los actos ilícitos a que se refiere el artículo anterior fueren cometidos por personal contratado, el Director del Instituto tendrá la facultad de resolver el contrato, previo acuerdo de la Comisión Permanente.

En los contratos a que se refiere el artículo 33 de este Reglamento será de inclusión obligada la cláusula por la que el interesado se somete a esta potestad del Director:

TITULO IV

DEL RÉGIMEN PATRIMONIAL

Art. 37. El Instituto Nacional de Publicidad, como Organismo autónomo de los comprendidos en el apartado B del párrafo 1.º de la disposición transitoria 5.ª de la Ley de 26 de diciembre de 1958, tendrá patrimonio propio integrado por:

- a) Las subvenciones que anualmente se consignen en los Presupuestos Generales del Estado o de Organismos autónomos.
- b) Las donaciones, legados, subvenciones y cualquier otra ayuda económica que pueda obtener y que válidamente acepte.
- c) Los bienes, edificios e instalaciones técnicas propias.
- d) Las tasas gestionadas por el propio Instituto que hayan de abonar los alumnos por derechos de inscripción, examen y expedición de títulos.
- e) Cualesquiera otros recursos que el Instituto perciba por título legítimo.

Art. 38. El Instituto no podrá dedicar sus fondos a finalidades distintas de las que institucionalmente persigue y que son las indicadas en el Estatuto de la Publicidad, aprobado por la Ley 61/1964, de 11 de junio, y en este Reglamento.

Art. 39. Las operaciones de crédito que para el cumplimiento de sus fines concierten el Instituto Nacional de Publicidad habrán de ser autorizadas previamente por el Ministerio de Información y Turismo cuando excedan de la cifra de pesetas 100.000.

Art. 40. El Instituto Nacional de Publicidad estará sometido al régimen de presupuesto, según las normas del capítulo III del título I de la Ley de 26 de diciembre de 1958.

Art. 41. El presupuesto del Instituto será sometido anualmente por la Comisión Permanente al Patronato para su aprobación. Será también función propia del Patronato la censura de cuentas del Organismos.

Art. 42. El presupuesto del Instituto será sometido anualmente para su aprobación al Ministerio de Información y Turismo, por el cauce previsto reglamentariamente.

ORDEN de 27 de julio de 1964 por la que se aclara y complementa lo dispuesto en el artículo cuarto de la Orden ministerial de 2 marzo de 1963, en orden a las facultades de los Inspectores de espectáculos públicos.

Ilustrísimos señores:

La Orden ministerial de 2 de marzo de 1963 en la que se determinan las edades de asistencia de menores a espectáculos públicos establece en su artículo cuarto que las empresas de los locales serán especialmente responsables de que se observe lo prevenido sobre calificación de espectáculos y edad de los menores que pretendan asistir a los mismos, señalando que a los efectos de determinar dicha edad y a falta de prueba documental o de declaración de persona mayor que acompañe a aquél, será suficiente el criterio del portero o empleado a cuyo cargo esté vigilar el acceso del público al local.

La interpretación del artículo de referencia por las empresas de los locales y por los porteros y empleados de las mismas ha llevado erróneamente en algunos casos a considerar que la decisión de dichos porteros o empleados es resolutive, excluyendo la posible intervención de los Inspectores de espectáculos de este Ministerio.

Dicha errónea interpretación aconseja dictar la presente Orden aclaratoria y complementaria de la de 2 de marzo de 1963, de forma que se deje claramente sentada la capacidad y facultades de dichos Inspectores en orden a comprobar la edad de los menores que hayan tenido acceso al espectáculo público, bien por declaración de la persona mayor que le acompañe o bien por decisión del portero o empleado encargado de vigilar el acceso del público al local.

• En su consecuencia, este Ministerio, a propuesta de la Dirección General de Cinematografía y Teatro ha resuelto:

Primero. Las facultades concedidas en el artículo cuarto de la Orden ministerial de 2 de marzo de 1963 a las empresas de local, porteros y empleados, en orden a resolver sobre la edad de un menor a efectos de su asistencia al espectáculo público que se programa, no excluye en absoluto la facultad de los Inspectores en este Ministerio para comprobar el cumplimiento de lo dispuesto en la Orden ministerial de 2 de marzo de 1963 así como para levantar, en su caso, las actas de infracción a que hubiere lugar. Las empresas de los locales están obligadas a facilitar a los Inspectores de espectáculos el cumplimiento de esta misión.

Segundo. En los casos de infracción de lo dispuesto en la Orden ministerial de 2 de marzo de 1963 los Inspectores de espectáculos harán constar en el acta correspondiente y a los subsiguientes efectos de la corrección que proceda, no sólo la indebida asistencia de menores a espectáculos sólo autorizados para edad superior, sino también el nombre del portero o empleado de la Empresa a cuyo cargo estuviese la vigilancia del acceso del público al local.

Las contravenciones a lo dispuesto en la presente Orden y legislación concordante se sancionarán conforme se establece en el Decreto de 4 de agosto de 1952 y Orden de 22 de octubre del mismo año, modificada por la de 29 de noviembre de 1956 dictada para su ejecución.

Lo que se comunica a VV. II. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a VV. II. muchos años.

Madrid, 27 de julio de 1964.

FRAGA IRIBARNE

Ilustrísimos señores Subsecretario de Información y Turismo y Director general de Cinematografía y Teatro.