

## MINISTERIO DE COMERCIO

23580

*CORRECCION de errores de la Resolución de la Dirección General de Política Arancelaria e Importación por la que determinadas mercancías vuelven transitoriamente al régimen de comercio globalizado.*

Advertido error en el texto remitido para su publicación de la mencionada Resolución, inserta en el «Boletín Oficial del Estado» número 250, de fecha 18 de octubre de 1974, páginas 21182 y 21183, se transcribe a continuación la oportuna rectificación:

A continuación de la Partida Arancelaria 92.12 B-2, donde dice: «Soportes de sonido para los aparatos de la P. A. 92.11 o para grabaciones análogas, grabados, magnéticos, con programas o datos para su proceso en ordenadores o en sistemas de control», debe decir: «Soportes de sonido para los aparatos de la P. A. 92.11 o para grabaciones análogas, grabados, magnéticos, con programas o datos para su proceso en ordenadores o en sistemas de control y los demás».

## MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

23581

*ORDEN de 9 de noviembre de 1974 por la que se modifica la de 25 de abril de 1968 que creó los Premios Nacionales de Publicidad.*

Ilustrísimo señor:

La disciplina normativa a que han de someterse los diversos sujetos que intervienen en la actividad publicitaria debe contar, como contrapartida, con el reconocimiento público, la exaltación del mérito y la retribución moral del premio a personas y Empresas que se esfuerzan, no sólo en cumplir el ordenamiento jurídico contenido en el Estatuto de la Publicidad y sus principios cardinales, sino en prestar un mejor servicio a la comunidad.

Uno de los objetivos del nuevo Plan de Actuación del Instituto Nacional de Publicidad es el de estimular el trabajo de los profesionales españoles mediante la concesión de premios nacionales y otras distinciones para emular la aplicación de los principios del Estatuto en las realizaciones publicitarias, la elaboración de tesis doctorales y la realización de trabajos de investigación que versen sobre publicidad.

Si patente es la necesidad de promover e impulsar el progreso cultural, técnico y artístico de la Publicidad, propugnado por el Estatuto, no lo es menos estimular aquellas formas de información y expresión que mejor respondan a una conducta social acorde con las estructuras de la comunidad española.

El respeto a las Instituciones fundamentales de la Nación y a los derechos de las personas, son principios vinculantes en primer grado. Los de veracidad y autenticidad en toda información publicitaria y los de lealtad y corrección en la libre competencia, deben arraigar profundamente en la conciencia social y comercial de los anunciantes, Agencias de Publicidad y profesionales españoles. Y también al coadyuvar a las grandes causas nacionales de educación cívica, de defensa de la naturaleza, del medio ambiente y de protección de los intereses de los consumidores, con el noble afán de lograr una mejor calidad de vida.

Por Orden ministerial de 25 de abril de 1968 se crearon los Premios Nacionales de Publicidad, que fueron convocados y concedidos anualmente de acuerdo con unas bases que, o bien han quedado superadas o figuran en convocatorias de otros premios publicitarios creados y otorgados por diversas Entidades.

En consecuencia, se estima conveniente dar nueva formulación a los Premios Nacionales de Publicidad a tono con los conceptos y con la categoría y prestigio que deben tener para cumplir los altos fines de emulación que quedan expresados

y que son más adecuados a los fines que corresponden al Instituto Nacional de Publicidad.

En virtud de lo expuesto, este Ministerio ha dispuesto:

Artículo primero. *Premios Nacionales de Publicidad.*

A partir del año en curso, el Instituto Nacional de Publicidad convocará y concederá anualmente los siguientes Premios Nacionales de Publicidad:

Premio Nacional «Medalla de Oro de la Publicidad Española», destinado a enaltecer y recompensar el esfuerzo y dedicación de aquellas personas cuya línea de actuación, su extraordinario trabajo y constancia a lo largo de su vida, hayan constituido una auténtica aportación positiva al desarrollo, impulso, calidad y profesionalidad de la publicidad española. Será de carácter honorífico y ejemplarizante, se concederá a una sola personalidad cada año y podrá serlo a título póstumo.

Este premio se materializará en una «Medalla de oro».

Premio Nacional «Marqués de Santa Ana», para distinguir a aquel periodista español que mejor haya cooperado, con trabajos publicados en los periódicos o revistas españolas durante el periodo de tiempo comprendido entre la fecha de la convocatoria y el 31 de julio del año siguiente, al mejor conocimiento y divulgación de la publicidad en cualquiera de sus facetas, modalidades o repercusiones.

Este premio estará dotado con la cantidad de 100.000 (cien mil) pesetas y «Placa conmemorativa», considerándose indivisible.

También se concederá al medio de información general en que hayan sido difundidos mayor cantidad de trabajos, dotado con 150.000 (ciento cincuenta mil) pesetas y «Placa conmemorativa».

Premio Nacional «Rafael Bori», destinado a premiar al autor o autores del libro cuya primera edición se haya puesto a la venta en España dentro del plazo de un año a partir de la fecha de la convocatoria, dedicado a temas específicos de la publicidad, susceptible, a su vez, de ser considerado texto de consulta para los alumnos de las Facultades de Ciencias de la Información y estudiosos de la Publicidad.

El contenido del libro premiado habrá de ser totalmente original e inédito, no pudiendo concurrir a este premio obras traducidas de autores extranjeros.

Este premio estará dotado con la cantidad de 100.000 (cien mil) pesetas y «Placa conmemorativa». También será indivisible.

Premio nacional «Pedro Prat Gaballí», destinado a recompensar los trabajos de investigación realizados sobre publicidad y referidos a los temas fijados en cada convocatoria, que se desarrollen a lo largo de los dos años siguientes a la fecha de esta.

Consecuentemente, el primero de estos premios se concederá en 1976 el correspondiente a la convocatoria de 1974.

Este premio estará dotado con la cantidad de 250.000 (doscientas cincuenta mil) pesetas y «Placa conmemorativa». Será indivisible.

El trabajo premiado será editado por el Instituto Nacional de Publicidad.

Premio Nacional «Doctor Adolfo Muñoz Alonso», para recompensar las tesis doctorales que sobre algún tema publicitario sean presentadas en cualquier Facultad o Escuela Técnica Superior de España.

Este premio estará dotado con la cantidad de 100.000 (cien mil) pesetas.

La tesis premiada será editada por el Instituto Nacional de Publicidad.

Premio Nacional «Valeriano Pérez y Pérez», para galardonar campañas de publicidad de servicio público o de bien común, desarrolladas simultáneamente en, por lo menos, tres medios distintos, cuyo objetivo sea ayudar a elevar el nivel cultural del país, fomentar la convivencia y solidaridad nacional, así como aquellas otras en las que los anunciantes demuestren desarrollar actividades que favorecen a la comunidad.

Este premio será concedido de forma triple:

Al anunciante cuya campaña publicitaria se premia, a la Agencia que la realiza y al equipo humano de profesionales que la ejecutó, de forma individualizada. Las «Placas de oro» que corresponden a cada premio serán de características similares para las Empresas de anunciantes y Agencias, y réplicas de las mismas para las personas.

Premio Nacional «Salvador Echeandía Gal», para aquellas campañas en las que los principios de veracidad y autenticidad propugnados por el Estatuto de la Publicidad como valores éticos de la misma, sean demostrables y figure incorporada