

DECRETO 38 DE 1988

(enero 13)

por el cual se reglamenta el literal j) del artículo 2º del Decreto Ley 129 de 1976.

El Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y en especial de las que le confiere el numeral 3º del artículo 120 de la Constitución Nacional el artículo 1º del Decreto 1050 de 1968,

DECRETA:

Artículo 1º.-Se entiende por Agencia de Publicidad la empresa legalmente constituida, cuyo objeto es la creación, planeación y ejecución de campañas y anuncios publicitarios, para su difusión a través de los diferentes medios de comunicación.

Artículo 2º.-El Ministerio de comunicaciones llevará un registro de las Agencias de Publicidad que funcionen en el territorio nacional y exigirá para tal efecto la presentación de los siguientes requisitos:

- a) Solicitud suscrita por el representante legal;
- b) Certificado de constitución y gerencia vigente, expedido por la Cámara de Comercio;
- c) Descripción de la capacidad profesional, técnica y administrativa que compruebe la idoneidad para prestar asesorías en creatividad, planeación y ejecución de campañas de publicidad a través de los distintos medios de comunicación.

Artículo 3º.-Para la codificación de los comerciales que se trasmitan por los canales de

televisión comercial, el Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión, exigirá el registro vigente de la Agencia de Publicidad, otorgado por el Ministro de Comunicaciones, cuando sean elaborados por éstas.

Artículo 4º.-Cuando las empresas industriales y comerciales del Estado, los establecimientos públicos y las sociedades de economía mixta realicen campañas de publicidad a través de agencias, éstas deberán estar previamente registradas en el Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 5º.-La Sección de Publicidad, Información y Prensa de la División de Medios Audiovisuales y Publicidad del Ministerio de comunicaciones recibirá las solicitudes de registro de las agencias de publicidad y adelantará los trámites relacionados con la expedición de la resolución respectiva.

Artículo 6º.-El registro de las Agencias de Publicidad a que se refiere el presente Decreto tendrá una vigencia de tres (3) años, renovables por el mismo tiempo.

Artículo 7º.-Créase el Consejo Asesor de Publicidad, adscrito al Ministerio de Comunicaciones, el cual estará integrado así:

- a) El Ministro de Comunicaciones o su delegado;
- b) El Director del Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión, o su delegado;
- c) El Gerente de la Compañía de Informaciones Audiovisuales, o un delegado;
- d) El Jefe de la División de Medios Audiovisuales y Publicidad, o su respectivo suplente;

e) Un representante de la Asociación Colombiana de Universidades, ASCUN, o su respectivo suplente;

f) Un representante de la Asociación de Medios de Comunicación, Asomedios, o su respectivo suplente;

g) Un representante de la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias, UCEP, o su respectivo suplente.

Artículo 8º.-El Consejo Asesor de Publicidad podrá deliberar con la asistencia de cuatro de sus miembros. Sus decisiones se adoptarán por mayoría de los asistentes. Actuarán como Secretario el Jefe de la Sección de Publicidad, Información y Prensa del Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 9º.-El Consejo Asesor de Publicidad tendrá las siguientes funciones:

a) Sugerir al Ministerio de Comunicaciones la adopción de políticas en materia de publicidad a través de los distintos medios de comunicación;

b) Conceptuar acerca de la capacidad profesional y técnica, de las agencias de publicidad que soliciten su registro ante el Ministerio de Comunicaciones, cuando éste lo considere necesario;

c) Literal declarado nulo por el Consejo de Estado, mediante Sentencia del 20 de enero de 1989. Expediente: 842. Actor: Helmer Zuluaga Vargas. Ponente: Samuel Buitrago Hurtado. Informar y proponer al Ministerio de Comunicaciones, el retiro de anuncios publicitarios que incumplan las normas legales vigentes o que afecten negativamente los intereses de la comunidad;

d) Emitir concepto acerca de los asuntos que el Ministerio de Comunicaciones le solicite en materia publicitaria.

Artículo 10.-El Secretario del Consejo Asesor de Publicidad desempeñará las siguientes funciones:

a) Revisar la documentación que presenten las Agencias de Publicidad, de acuerdo con los requisitos exigidos por el presente Decreto;

b) Citar a los integrantes del Consejo Asesor de Publicidad y levantar las actas de las sesiones que se realicen;

c) Elaborar las estadísticas relacionadas con el registro de agencias de publicidad;

d) Las demás que le sean asignadas en materia de publicidad.

Artículo 11.-El presente Decreto rige a partir de su publicación.

Comuníquese, publíquese y cúmplase.

Dado en Bogotá, D.E., a 13 de enero de 1988.

VIRGILIO BARCO.

El Ministro de Comunicaciones,

Fernando Cepeda Ulloa.

