

**26156** *LLEI 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat.* («BOE» 274, de 15-11-1988.)

JUAN CARLOS I

REI D'ESPANYA

A tots els qui vegeu i entengueu aquesta Llei.

Sapigueu: que les Corts Generals han aprovat la Llei següent i jo la sanciono.

L'adhesió d'Espanya a les Comunitats Europees implica, entre altres, el compromís d'actualitzar la legislació espanyola en les matèries en què ha de ser harmonitzada amb la comunitària.

El Consell de les Comunitats Europees va aprovar amb data 10 de setembre de 1984 una directiva relativa a l'harmonització de les disposicions legislatives, reglamentàries i administratives dels països membres pel que fa a la publicitat enganyosa.

La legislació general sobre la matèria està constituïda a Espanya per la Llei 61/1964, d'11 de juny, per la qual s'aprova l'Estatut de la publicitat, norma l'articulat de la qual ha caigut en gran part en desús, perquè no té la flexibilitat necessària per adaptar-se a un camp com el de la publicitat, especialment dinàmic, i perquè respon a pressupòsits polítics i administratius allunyats dels de la Constitució.

Les circumstàncies precedents aconsellen l'aprovació d'una nova Llei general sobre la matèria, que substitueixi en la seva totalitat l'Estatut anterior i estableixi el curs adequat per a la formació de jurisprudència en la seva aplicació pels jutges i tribunals.

En aquest sentit, l'Estat té competència per regular aquesta matèria d'acord amb el que estableix l'article 149, 1, 1r, 6è i 8è de la Constitució.

La publicitat, per la seva pròpia índole, és una activitat que travessa les fronteres. La Llei no solament ha seguit les directrius comunitàries en la matèria, sinó que també s'ha procurat inspirar en les diverses solucions vigents en l'espai jurídic intereuropeu.

El contingut de la Llei es distribueix en quatre títols. En els títols I i II s'estableixen les disposicions generals i les definicions o tipus de publicitat il·lícita. S'articulen així mateix les diferents modalitats d'intervenció administrativa en els casos de productes, béns, activitats o serveis susceptibles de generar riscos per a la vida o la seguretat de les persones.

En el títol III, constituït per normes de dret privat, s'estableixen les especialitats dels contractes publicitaris que ha semblat interessant destacar sobre el fons comú de la legislació civil i mercantil. Aquestes normes es caracteritzen per la seva sobrietat. No obstant això, s'hi han recollit les principals figures de contractes i de subjectes de l'activitat publicitària que la pràctica del sector ha anat consagrando.

En el títol IV s'estableixen les normes de caràcter processal que han de regir en matèria de sanció i repressió de la publicitat il·lícita, sense perjudici del control voluntari de la publicitat que a aquest efecte hi pugui haver realitzat per organismes d'autodisciplina.

En aquest sentit s'atribueix a la jurisdicció ordinària la competència per dirimir les controvèrsies derivades de la publicitat il·lícita esmentada en els termes dels articles 3r al 8è. Aquesta és una de les innovacions que introdueix aquesta Llei, que es decanta per una opció diferent de la que estableix l'Estatut de la publicitat de 1964. Aquest últim preveu la figura d'un òrgan administratiu, «el Jurat Central de Publicitat», competent per entendre de les qüestions derivades de l'activitat publicitària. Per raons òbvies, entre altres, les constitucionals derivades del que disposa l'article 24.2, en què es fixa un principi de dret al jutge ordinari, així com les que es desprenen de l'estruc-

tura autonòmica de l'Estat, s'ha optat per atribuir aquesta competència als tribunals ordinaris.

De conformitat amb el que estableixen els articles 4 i següents de la Directiva 84/450 de la CEE sobre publicitat enganyosa, s'institueix en aquest títol un procediment sumari encaminat a obtenir el cessament de la publicitat il·lícita.

El procés de cessació s'articula amb la màxima celeritat possible, sense minva de les garanties necessàries per a l'exercici d'una activitat de tanta transcendència econòmica i social com és la publicitària. La tramitació s'ha de fer de conformitat amb el que preveu la Llei d'enjudiciament civil de 3 de febrer de 1881 per als judicis d'una quantia menor, amb una sèrie de modificacions, inspirades en la Llei orgànica 2/1984, de 26 de març, reguladora del dret a la rectificació, i en les directrius comunitàries, i tendents a adaptar la pràctica judicial a les peculiaritats del fenomen publicitari.

El jutge, atesos tots els interessos implicats i, especialment, l'interès general, pot acordar la cessació provisional o la prohibició de la publicitat il·lícita, així com adoptar una sèrie de mesures encaminades a corregir els efectes que aquesta hagi pogut ocasionar.

Finalment, a la disposició transitòria s'estableix que les normes que regulen la publicitat dels productes a què es refereix l'article 8è conserven la seva vigència fins que no es procedeixi a la seva modificació per adaptar-les al que disposa aquesta Llei.

La disposició derogatòria preveu la derogació íntegra de l'Estatut de la publicitat de 1964 i de totes les normes que s'oposin al que estableix la nova Llei.

**TÍTOL PRIMER****Disposicions generals***Article 1*

La publicitat es regeix pel que disposen aquesta Llei i les normes especials que regulin determinades activitats publicitàries.

*Article 2*

Als efectes d'aquesta Llei, s'entén per:

– Publicitat: tota forma de comunicació realitzada per una persona física o jurídica, pública o privada, en l'exercici d'una activitat comercial, industrial, artesanal o professional, amb la finalitat de promoure de manera directa o indirecta la contractació de béns mobles o immobles, serveis, drets i obligacions.

– Destinatari: les persones a les quals es dirigeixi el missatge publicitari o a les quals arribi.

**TÍTOL II****De la publicitat il·lícita***Article 3*

És il·lícita:

a) La publicitat que atempti contra la dignitat de la persona o vulneri els valors i drets reconeguts a la Constitució, especialment pel que fa a la infància, la joventut i la dona.

b) La publicitat enganyosa.

c) La publicitat deslleial.

d) La publicitat subliminar.

e) La que infringeixi el que disposa la normativa que reguli la publicitat de determinats productes, béns, activitats o serveis.

*Article 4*

És enganyosa la publicitat que de qualsevol manera, incloent-hi la seva presentació, indueix o pot induir a error els seus destinataris, i en pot afectar el comportament econòmic, o perjudicar o ser capaç de perjudicar un competidor.

Així mateix és enganyosa la publicitat que silenciï dades fonamentals dels béns, activitats o serveis quan aquesta omisió indueix a error dels destinataris.

*Article 5*

Per determinar si una publicitat és enganyosa, se n'han de tenir en compte tots els elements i principalment les indicacions concernents a:

1. Les característiques dels béns, activitats o serveis, com ara:
  - a) Origen o procedència geogràfica o comercial, naturalesa, composició, destinació, finalitat, idoneïtat, disponibilitat i novetat.
  - b) Qualitat, quantitat, categoria, especificacions i denominació.
  - c) Forma i data de fabricació, subministrament o prestació.
  - d) Resultats que es poden esperar de la seva utilització.
  - e) Resultats i característiques essencials dels assajos o controls dels béns o serveis.
  - f) Nocivitat o perillositat.
2. Preu complet o pressupost o manera de fixar-lo.
3. Condicions jurídiques i econòmiques d'adquisició, utilització i lliurament dels béns o de la prestació dels serveis.
4. Motius de l'oferta.
5. Naturalesa, qualificacions i drets de l'anunciant, especialment pel que fa a:
  - a) Identitat, patrimoni i qualificacions professionals.
  - b) Drets de propietat industrial o intel·lectual.
  - c) Premis o distincions rebudes.
6. Serveis postvenda.

*Article 6*

És publicitat deslleial:

- a) La que pel seu contingut, forma de presentació o difusió provoca el descrèdit, denigració o menyspreu directe o indirecte d'una persona, empresa o dels seus productes, serveis o activitats.
- b) La que indueix a confusió amb les empreses, activitats, productes, noms, marques o altres signes distintius dels competidors, així com la que faci un ús injustificat de la denominació, sigles, marques o distintius d'altres empreses o institucions, i, en general, la que sigui contrària a les normes de correcció i bons usos mercantils.
- c) La publicitat comparativa quan no es recolzi en característiques essencials, afins i objectivament demostrables dels productes o serveis, o quan es contraposin béns o serveis amb altres de no similars o desconeguts, o de participació limitada en el mercat.

*Article 7*

Als efectes d'aquesta Llei, és publicitat subliminar la que mitjançant tècniques de producció d'estímuls d'intensitats frontereres amb els llindars dels sentits o anàlogues pugui actuar sobre el públic destinatari sense ser conscientment percebuda.

*Article 8*

1. La publicitat de materials o productes sanitaris i d'aquells altres sotmesos a reglamentacions tecnicosanitàries, així com la dels productes, béns, activitats i serveis susceptibles de generar riscos per a la salut o seguretat de les persones o del seu patrimoni, o es tracti de publicitat sobre jocs de sort, envit o atzar, es pot regular per les seves normes especials o pot ser sotmesa al règim d'autorització administrativa prèvia. Així mateix aquest règim es pot establir quan la protecció dels valors i drets constitucionalment reconeguts ho requereixi.

2. Els reglaments que despleguin el que disposa el número precedent i els que en regular un producte o servei continguin normes sobre la seva publicitat han d'especificar:

a) La naturalesa i característiques dels productes, béns, activitats i serveis la publicitat dels quals sigui objecte de regulació.

Aquests reglaments han d'establir l'exigència que en la publicitat d'aquests productes es recullin els riscos derivats, si s'escau, de la seva utilització normal.

b) La forma i condicions de difusió dels missatges publicitaris.

c) Els requisits d'autorització i, si s'escau, registre de la publicitat, quan hagi estat sotmesa al règim d'autorització administrativa prèvia.

3. L'atorgament d'autoritzacions ha de respectar els principis de competència lleial, de manera que no es pugui produir un perjudici d'altres competidors.

La denegació de sol·licituds d'autorització ha de ser motivada.

Una vegada vençut el termini de resposta que les normes especials estableixin per als expedients d'autorització, aquest s'entén atorgat per silenci administratiu positiu.

4. Els productes estupefaents, psicòtrops i medicaments, destinats al consum de persones i animals només poden ser objecte de publicitat en els casos, formes i condicions establerts a les normes especials que els regulin.

5. Es prohibeix la publicitat de tabacs, i la de begudes amb graduació alcohòlica superior a 20 graus centesimals, per mitjà de la televisió.

Queda prohibida la publicitat de begudes alcohòliques i de tabacs en els llocs on n'estigui prohibida la venda o el consum.

La forma, contingut i condicions de la publicitat del tabac i begudes alcohòliques s'han de limitar reglamentàriament amb vista a la protecció de la salut i seguretat de les persones, tenint en compte els subjectes destinataris, la no-inducció directa o indirecta al seu consum indiscriminat i en consideració als àmbits educatius, sanitaris i esportius.

Amb les mateixes finalitats que el paràgraf anterior el Govern pot estendre, reglamentàriament, la prohibició que preveu aquest número a begudes amb una graduació alcohòlica inferior a 20 graus centesimals.

6. L'incompliment de les normes especials que regulen la publicitat dels productes, béns, activitats i serveis a què es refereixen els apartats anteriors té consideració d'infracció als efectes del que preveuen la Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris i la Llei general de sanitat.

En el procediment d'elaboració de les disposicions de caràcter general a què es refereix l'apartat 2 d'aquest article s'ha de donar audiència a les associacions d'agències, d'anunciant i de consumidors i usuaris.

## TÍTOL III

**De la contractació publicitària**

## CAPÍTOL PRIMER

**Disposicions generals***Article 9*

Els contractes publicitaris s'han de regir per les normes que conté aquest títol i, si no, per les regles generals del dret comú. El que aquest disposa és aplicable a tots els contractes publicitaris, encara que versin sobre activitats publicitàries no compreses a l'article 2.

*Article 10*

Als efectes d'aquesta Llei:

- És anunciant la persona natural o jurídica en interès de la qual es realitza la publicitat.
- Són agències de publicitat les persones naturals o jurídiques que es dediquin professionalment i de manera organitzada a crear, preparar, programar o executar publicitat per compte d'un anunciant.

Tenen la consideració de mitjans de publicitat les persones naturals o jurídiques, públiques o privades, que, de manera habitual i organitzada, es dediquen a la difusió de publicitat a través dels suports o mitjans de comunicació social dels quals tinguin la titularitat.

*Article 11*

Els mitjans de difusió han de delimitar perceptiblement les afirmacions efectuades dins la seva funció informativa de les que facin com a simples vehicles de publicitat. Així mateix els anunciant han de revelar inequívocament el caràcter publicitari dels seus anuncis.

*Article 12*

L'anunciant té dret a controlar l'execució de la campanya de publicitat.

Per garantir aquest dret, les organitzacions sense finalitats lucratives constituïdes legalment en forma tripartida per anunciant, agències de publicitat i mitjans de difusió poden comprovar la difusió dels mitjans publicitaris i, en especial, les xifres de tirada i venda de publicacions periòdiques.

Aquesta comprovació es fa en règim voluntari.

*Article 13*

En els contractes publicitaris no es poden incloure clàusules d'exoneració, imputació o limitació de la responsabilitat davant tercers en què puguin incórrer les parts com a conseqüència de la publicitat.

*Article 14*

Es considera com a no posada qualsevol clàusula per la qual, directament o indirectament, es garanteixi el rendiment econòmic o els resultats comercials de la publicitat, o es prevegi l'exigència de responsabilitat per aquesta causa.

## CAPÍTOL II

**Dels contractes publicitaris**

## SECCIÓ 1a CONTRACTE DE PUBLICITAT

*Article 15*

Contracte de publicitat és aquell pel qual un anunciant encarrega a una agència de publicitat, mitjançant una contraprestació, l'execució de publicitat i la seva creació, preparació o programació.

Quan l'agència realitzi creacions publicitàries, també s'hi han d'aplicar les normes del contracte de creació publicitària.

*Article 16*

L'anunciant s'ha d'abstenir d'utilitzar per a finalitats diferents de les pactades qualsevol idea, informació o material publicitari subministrat per l'agència. La mateixa obligació té l'agència respecte de la informació o material publicitari que l'anunciant li hagi facilitat a efectes del contracte.

*Article 17*

Si la publicitat no s'ajusta en els seus elements essencials als termes del contracte o a les instruccions expressades de l'anunciant, aquest pot exigir una rebaixa de la contraprestació o la repetició total o parcial de la publicitat en els termes pactats, i la indemnització, en un i altre cas, dels perjudicis que se li hagin irrogat.

*Article 18*

Si l'agència injustificadament no realitza la prestació compromesa o ho fa fora del terme establert, l'anunciant pot resoldre el contracte i exigir la devolució del que s'ha pagat, així com la indemnització de danys i perjudicis.

Així mateix, si l'anunciant resol o incompleix injustificadament i unilateralment el contracte amb l'agència sense que hi concorrin causes de força major o el compleix només de manera parcial o defectuosa, l'agència pot exigir la indemnització per danys i perjudicis que sigui procedent.

L'extinció del contracte no afecta els drets de l'agència per la publicitat realitzada abans de l'incompliment.

## SECCIÓ 2a CONTRACTE DE DIFUSIÓ PUBLICITÀRIA

*Article 19*

Contracte de difusió publicitària és aquell pel qual, a canvi d'una contraprestació fixada en tarifes preestablertes, un mitjà s'obliga a favor d'un anunciant o agència a permetre la utilització publicitària d'unitats d'espai o de temps disponibles i a dur a terme l'activitat tècnica necessària per aconseguir el resultat publicitari.

*Article 20*

Si el mitjà, per causes imputables a aquest, compleix una ordre amb alteració, defecte o menyscabament d'alguns dels seus elements essencials, està obligat a executar de nou la publicitat en els termes pactats. Si la repetició no és possible, l'anunciant o l'agència poden exigir la reducció del preu i la indemnització dels perjudicis causats.

*Article 21*

Excepte en cas de força major, quan el mitjà no difongui la publicitat, l'anunciant o l'agència poden optar entre

exigir una difusió posterior en les mateixes condicions pactades o denunciar el contracte amb devolució del que s'ha pagat per la publicitat no difosa. En els dos casos, el mitjà ha d'indemnitzar els danys i perjudicis ocasionats.

Si la falta de difusió és imputable a l'anunciant o a l'agència, el responsable està obligat a indemnitzar el mitjà i a satisfer-li íntegrament el preu, llevat que el mitjà hagi ocupat totalment o parcialment amb una altra publicitat les unitats de temps o espai contractades.

#### SECCIÓ 3a CONTRACTE DE CREACIÓ PUBLICITÀRIA

##### Article 22

Contracte de creació publicitària és aquell pel qual, a canvi d'una contraprestació, una persona física o jurídica s'obliga a favor d'un anunciant o agència a idear i elaborar un projecte de campanya publicitària, una part d'aquesta o qualsevol altre element publicitari.

##### Article 23

Les creacions publicitàries poden gaudir dels drets de propietat industrial o intel·lectual quan reuneixin els requisits exigits per les disposicions vigents.

No obstant el que disposa el paràgraf anterior, els drets d'explotació de les creacions publicitàries es presumeixen, llevat de pacte en contra, cedits en exclusiva a l'anunciant o agència, en virtut del contracte de creació publicitària i per a les finalitats que s'hi preveuen.

#### SECCIÓ 4a CONTRACTE DE PATROCINI

##### Article 24

El contracte de patrocini publicitari és aquell pel qual el patrocinat, a canvi d'una ajuda econòmica per a la realització de la seva activitat esportiva, benèfica, cultural, científica o d'una altra índole, es compromet a col·laborar en la publicitat del patrocinador.

El contracte de patrocini publicitari es regeix per les normes del contracte de difusió publicitària quan li siguin aplicables.

## TÍTOL IV

### De l'acció de cessació i rectificació i dels procediments

##### Article 25

1. Els òrgans administratius competents, les associacions de consumidors i usuaris, les persones naturals o jurídiques que resultin afectades i, en general, els que tinguin un dret subjectiu o un interès legítim poden sol·licitar a l'anunciant la cessació o, si s'escau, la rectificació de la publicitat il·lícita.

2. La sol·licitud de cessació o rectificació s'ha de fer per escrit en forma que permeti tenir constància fefaent de la seva data, de la seva recepció i del seu contingut.

##### Article 26

1. La cessació es pot sol·licitar des del començament fins al final de l'activitat publicitària.

2. Dins els tres dies següents a la recepció de la sol·licitud, l'anunciant ha de comunicar al requeridor en forma fefaent la seva voluntat de cessar en l'activitat publicitària i procedir efectivament a la cessació.

3. En els casos de silenci o negativa, o quan no hagi tingut lloc la cessació, el requeridor, amb la justificació prèvia d'haver efectuat la sol·licitud de cessació, pot exer-

cir les accions i drets a què es refereixen els articles 28 i següents.

##### Article 27

1. La rectificació es pot sol·licitar des de l'inici de l'activitat publicitària fins a set dies després de finalitzada aquesta.

2. L'anunciant, dins els tres dies següents a la recepció de l'escrit en què se sol·licita la rectificació, ha de notificar fefaentment al remitent d'aquest la seva disposició a procedir a la rectificació i en els termes d'aquesta o, en cas contrari, la seva negativa a rectificar.

3. Si la resposta és positiva i el requeridor accepta els termes de la proposta, l'anunciant ha de procedir a la rectificació dins els set dies següents a l'acceptació d'aquesta.

4. Si la resposta denega la rectificació, o no es produeix dins el termini previst al paràgraf 2 per la part requerida, o, fins i tot havent-la acceptat, la rectificació no té lloc en els termes acordats o en els terminis que preveu aquesta Llei, el requeridor pot demandar el requerit davant el jutge, justificant el fet d'haver efectuat la sol·licitud de rectificació, de conformitat amb el que disposa aquesta Llei.

##### Article 28

Les controvèrsies derivades de la publicitat il·lícita en els termes dels articles 3 a 8 són dirimides pels òrgans de la jurisdicció ordinària.

##### Article 29

Els processos a què es refereix l'article anterior s'han de tramitar de conformitat amb el que estableix la Llei d'enjudiciament civil per als judicis d'una quantia menor, amb les peculiaritats següents:

a) El jutge pot dictar, d'ofici i sense audiència del demandat, interlocutòria d'inadmissió de la demanda quan l'estimi manifestament infundada.

b) Sense perjudici del que es pugui acordar per proveir millor, el jutge, en el moment de decidir la recepció a prova, pot requerir d'ofici l'anunciant perquè aporti les proves relatives a l'exactitud de les dades materials contingudes en la publicitat, sempre que apreciï que aquesta exigència s'ajusta a les circumstàncies del cas, atesos els interessos legítims de l'anunciant i de les altres parts del procés.

c) El jutge pot considerar les dades de fet com a inexactes, quan no s'aportin els elements de prova a què es refereix el paràgraf anterior o quan estimi que els aportats són insuficients.

##### Article 30

1. A instància del demandant, el jutge, quan ho cregui convenient, atesos tots els interessos implicats i especialment l'interès general, fins i tot en el cas que no s'hagi consumat un perjudici real o que no hi hagi intencionalitat o negligència per part de l'anunciant, pot amb caràcter cautelar:

a) Ordenar la cessació provisional de la publicitat il·lícita o adoptar les mesures necessàries per obtenir aquesta cessació.

Quan la publicitat hagi estat expressament prohibida o quan es refereixi a productes, béns, activitats o serveis que puguin generar riscos greus per a la salut o seguretat de les persones o per al seu patrimoni o es tracti de publicitat sobre jocs de sort, envit o atzar i així ho insta l'òrgan administratiu competent, el jutge pot ordenar la cessació

provisional dins les vint-i-quatre hores següents a la presentació de la demanda.

b) Prohibir temporalment aquesta publicitat o adoptar les previsions adequades per impedir-ne la difusió, quan aquesta sigui imminent, encara que no hagi arribat encara a coneixement del públic.

2. Les mesures de cessació o de prohibició de la publicitat s'han d'adoptar de conformitat amb el que preveu l'article 1.428 de la Llei d'enjudiciament civil.

#### Article 31

La sentència estimatòria de la demanda ha de contenir algun o alguns dels pronunciaments següents:

a) Concedir a l'anunciant un termini perquè suprimixi els elements il·lícits de la publicitat.

b) Ordenar la cessació o prohibició definitiva de la publicitat il·lícita.

c) Ordenar la publicació total o parcial de la sentència en la forma que estimi adequada i a costa de l'anunciant.

d) Exigir la difusió de publicitat correctora quan la gravetat del cas ho requereixi i sempre que pugui contribuir a la reparació dels efectes de la publicitat il·lícita, determinant el contingut d'aquella i les modalitats i el termini de difusió.

#### Article 32

El que disposen els articles precedents és compatible amb l'exercici de les accions civils, penals, administratives o d'un altre ordre que corresponguin i amb la persecució i sanció com a frau de la publicitat enganyosa per part dels òrgans administratius competents en matèria de protecció i defensa dels consumidors i usuaris.

#### Article 33

1. L'actor pot acumular en la seva demanda altres pretensions derivades de la mateixa activitat publicitària de l'anunciant, sempre que per la seva naturalesa o quantia no siguin incompatibles entre si o amb les accions a què es refereixen els articles anteriors.

2. No és necessària la presentació d'una reclamació administrativa prèvia per exercir l'acció de cessació o de rectificació de la publicitat il·lícita quan l'anunciant sigui un òrgan administratiu o un ens públic.

#### DISPOSICIÓ TRANSITÒRIA

Les normes que regulen la publicitat dels productes a què es refereix l'article 8 conserven la seva vigència fins que no es procedeixi a la seva modificació per adaptar-les al que disposa aquesta Llei.

#### DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

Queda derogada la Llei 61/1964, d'11 de juny, per la qual s'aprova l'Estatut de la publicitat, i totes les disposicions que s'oposin al que estableix aquesta Llei.

Per tant,

Mano a tots els espanyols, particulars i autoritats, que compleixin aquesta Llei i que la facin complir.

Palau de la Zarzuela, Madrid, 11 de novembre de 1988.

JUAN CARLOS R.

El president del Govern,  
FELIPE GONZÁLEZ MÁRQUEZ