



# CORTES GENERALES

## DIARIO DE SESIONES DEL

# CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

---

## COMISIONES

Año 1988

III Legislatura

Núm. 268

---

## JUSTICIA E INTERIOR

**PRESIDENTE: DON CARLOS SANJUAN DE LA ROCHA**

**Sesión celebrada el martes, 26 de abril de 1988**

---

### Orden del día:

- Dictamen del proyecto de Ley General de Publicidad («B. O. C. G.» número 62, Serie A) (número de expediente 121/000063).
- 

**Se abre la sesión a las diez y treinta y cinco minutos de la mañana.**

El señor **PRESIDENTE**: Buenos días, señoras y señores Diputados. Vamos a comenzar la sesión de hoy de esta Comisión de Justicia, con un orden del día estrictamente legislativo. Dictaminar, a la vista del informe de la Ponencia, el proyecto de ley de publicidad.

A los efectos de la determinación del oportuno quórum, ruego al señor letrado de la Comisión proceda a dar lectura de los asistentes. (El señor letrado procede a pasar lista de los señores Diputados miembros de la Comisión, presentes y representados.)

Existiendo quórum suficiente, vamos a iniciar la discusión del dictamen.

Comenzaremos la discusión artículo por artículo, sin

perjuicio de que SS. SS. y la propia Mesa crea conveniente unificarlo por títulos o capítulos, sobre todo a partir del Título III, donde el número de enmiendas a los diferentes preceptos es escaso.

En primer lugar, hay una enmienda, la número 99, al propio título de la ley, de Coalición Popular, que propone un nuevo título. Solicita que se denomine «Proyecto de Ley General Básica de la Publicidad».

Para su defensa, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Nuestro Grupo pretende cambiar, como dice la enmienda, el actual título del proyecto de ley por el siguiente: «Proyecto de Ley General Básica de la Publicidad».

Ya en Ponencia se vio la posibilidad de que esta enmienda fuera aceptada por el Grupo mayoritario. No hemos convencido al Grupo mayoritario, por lo que seguimos insistiendo en nuestra pretensión. Al amparo de lo dispuesto dos apartados 6.º y 8.º del número 1 del artículo 149 de la Constitución, se atribuye al Estado como competencia exclusiva la legislación mercantil y la legislación civil, y se admite la posibilidad de que las Comunidades Autónomas legislen sobre estas materias. Por ello, entendemos que esta ley debiera de contener las normas básicas, el marco en el cual con posterioridad las Comunidades Autónomas pudieran establecer sus propias normas sobre esta materia.

Esta es la razón de nuestra enmienda y no otra. Como comprenderán SS. SS., cualquiera que sea el título, el contenido del proyecto va a dar más entidad a la ley que el nombre que a la misma se le dé.

El señor **PRESIDENTE**: Para turno en contra, tiene la palabra el señor Jover, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista.

El señor **JOVER PRESA**: Como muy bien decía el señor Huidobro, ni en Ponencia ni ahora nos han convencido sus argumentos. Yo no voy a entrar en el fondo de la cuestión, porque me parece que es irrelevante a los efectos que nos ocupan. Pero sí quiero decir que las competencias del Estado y de las Comunidades Autónomas (en éste como en cualquier otro tema) son las que son. Están definidas por la Constitución y por los Estatutos de Autonomía y de poco sirve que en una ley como ésta vengamos ahora a hacer atribuciones competenciales, pues ya están hechas por el bloque constitucional. No ganamos nada haciendo aquí este tipo de atribuciones. Además, creo que es mala técnica legislativa el que en cada ley continuamente tengamos que estar haciendo referencia a estos temas. Creo que están resueltos.

En todo caso, querría añadir un último argumento. El señor Huidobro se ha referido concretamente a los apartados 6.º y 8.º del número 1 del artículo 149 de la Constitución. Precisamente esos apartados son los que señalan que en esta materia el Estado no tiene la competencia para dictar normas básicas pues tiene la potestad legislativa plena. Por tanto, no hay ningún párrafo en el artículo 149.1 de la Constitución en el que se diga que en

materia de publicidad, al Estado corresponde dictar las normas básicas y a las Comunidades Autónomas el desarrollo legislativo de las mismas. Al no existir este tipo de referencia, no hay apoyatura constitucional para que en la ley hagamos tal mención.

Por todo ello, señor Presidente, vamos a votar en contra de esta enmienda.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos a proceder a la votación de la enmienda número 99.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, cuatro; en contra, 14; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada la enmienda número 99 de Coalición Popular.

Se han presentado diferentes enmiendas a la exposición de motivos. Como es habitual, las veremos al finalizar toda la discusión del articulado.

Comenzamos, por consiguiente, con las enmiendas al articulado. Al artículo 1.º del proyecto de ley ha presentado la enmienda número 13 el Grupo Parlamentario CDS; la número 77, el Grupo Parlamentario Vasco-PNV; los números 1 y 2, el Partido liberal, y la enmienda número 41, el señor Mardones.

Significo a SS. SS. que tanto el Grupo parlamentario Vasco-PNV, Izquierda Unida, y el señor Mardones han manifestado que se mantengan sus enmiendas a los solos efectos de la votación por estar sus representantes en otra Comisión. Así lo vamos a hacer.

Para la defensa de la enmienda número 13, tiene la palabra el señor Buil.

El señor **BUIL GIRAL**: Nuestra enmienda, que no ha sido aceptada en Ponencia, pretendía exactamente lo argumentado por la mayoría de los miembros de la Ponencia. Al decir que la exigencia de ley formal puede dificultar la regulación ágil de actividades específicas, veía que efectivamente esto siempre suele ocurrir así. Lo que pretendemos precisamente es que se reste algo de esa agilidad y que se gane en seguridad. Por esto, intentamos legalizar la regulación de todas las actividades publicitarias. Este es simplemente el sentido de la enmienda.

El señor **PRESIDENTE**: Para la defensa de las enmiendas números 1 y 2, por la Agrupación de Diputados del Partido Liberal, tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: Nosotros compartimos, en cierto sentido, la tesis del representante del Grupo Socialista en orden a que el Estado tiene una cierta competencia en esta materia. Lo que sucede es que varios estatutos de autonomía, entre ellos el de Galicia, mantienen como competencia exclusiva de la Comunidad Autónoma justamente la regulación de la publicidad, salvo respecto de aquellos medios específicos o sectores publicitarios cuya tutela corresponde al Estado.

Consiguientemente, la enmienda número 1 persigue corregir directamente (sin necesidad de estar reiterando

la disparidad o, en su caso, la diversidad de competencias entre Estado y las Comunidades Autónomas) una suerte de invasión de esta ley en las competencias atribuidas exclusivamente a estas últimas, adecuando la redacción a lo que fue la inspiración del legislador constitucional, que nosotros no vemos ninguna razón para que se cambie en el artículo 1.º de esta ley.

En este sentido, postulamos la siguiente redacción: «La publicidad se regirá por lo dispuesto en esta Ley y en las normas especiales que regulen determinados medios específicos o sectores publicitarios». El Estado tiene la regulación de la publicidad de estos medios porque tiene la competencia sobre los propios medios, pero no como una competencia derivada directamente del medio publicitario en sí. El texto original del proyecto de ley que regula la actividad publicitaria, incurre, por exceso, en una invasión de competencias de las Comunidades Autónomas.

Tenemos que decir que en Ponencia, aunque no tuvimos ocasión de estar presentes, muestra enmienda no fue rechazada de pleno, sino que fue considerada. Parece deducirse del acta correspondiente que su aceptación quedó para el trámite de Comisión.

En cuanto a la enmienda número 2, pretende cubrir lo que nosotros estimamos es una laguna en esta ley: el hecho de que no se aluda en ningún término concreto a la publicidad institucional. También en Ponencia esta enmienda tuvo una suerte de acogimiento parcial. Se nos indicó que se podría aceptar la inclusión de la publicidad institucional en cuanto se refiriese a la contratación (por ejemplo, de servicios comerciales o la pura publicidad comercial), pero no a la intrínsecamente institucional.

Nosotros seguimos creyendo que la publicidad institucional no tiene por qué no estar sujeta a las normas que regulan con carácter general la materia, y que el Estado no abona ninguna razón que justifique un trato de privilegio en este sector.

Tal es el sentido de las enmiendas que proponemos.

El señor **PRESIDENTE**: Teniendo por defendidas las enmiendas números 77, del Grupo Parlamentario Vasco-PNV; y 41, del señor Mardones, para turno en contra tiene la palabra, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista, el Diputado del Pozo Alvarez.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: En contestación a la enmienda número 13, del CDS, que pretende que las normas tengan rango de ley, debo señalar que la posición de mi Grupo es que hay un exceso de celo legislativo y un afán de seguridad, probablemente desmesurado. Entendemos que no es razonable implicar al Legislativo en la minuciosidad de detalles propios de reglamentaciones específicas de desarrollos legislativos varios que, por el concepto de normas, deben entenderse en toda su diversidad, como decretos, órdenes, reglamentos y otras formas de aplicación y desarrollo de las normas legales que, por sus características de contenido y forma, no deben ser sometidas al trámite complejo de las leyes.

En cuanto a la enmienda número 1, de la Agrupación Liberal, no porque se reproduzca literalmente en la ley el

concepto de que en algunos Estatutos de Autonomía aparece como competencia exclusiva de la Comunidad la regulación de la publicidad salvo aquellos medios específicos o sectores publicitarios, sustituyendo la expresión del proyecto de ley de que habla «determinadas actividades», no por eso, digo, va a existir mayor respeto a los Estatutos de Autonomía. El mayor respeto a los Estatutos de Autonomía se va a producir si en el conjunto de la distribución de competencias que se obtiene de la redacción del texto legislativo resultan respetadas, como nosotros creemos que resultan, todas las previsiones estatutarias en las distintas autonomías.

Creemos, por tanto, que el concepto de «determinadas actividades» debe mantenerse, máxime si acordamos que es mucho más coherente con la redacción que tiene el importante artículo 8.º de este proyecto de ley, en el que efectivamente se regulan determinadas actividades. Por esas razones, nos oponemos a la enmienda número 1, de la Agrupación Liberal.

En cuanto a la enmienda número 2, aunque su contenido es concordante con un amplio grupo de enmiendas que postulan también la inclusión de la publicidad institucional, anticipo algunas de las razones que, si es necesario, reproduciré en la discusión del artículo 2.º

Si el señor Diputado ha leído con atención el informe de la Ponencia, habrá visto que este artículo ha sido modificado por una enmienda, la número 27, del Grupo Socialista, que incluye la siguiente expresión: Es «... publicidad: toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada...». Con esta expresión queda absolutamente claro que los organismos públicos, las instituciones, las administraciones en su actuación publicitaria no están al margen de la regulación legislativa, de la publicidad, y eludimos de paso un concepto que no aparece en la directiva que regula en la Comunidad Europea la actividad publicitaria, ni en la legislación positiva de ninguno de los países de nuestro entorno cultural y político.

Por todas estas razones, principalmente por creer que está asumido el espíritu de esa enmienda que el Grupo Socialista consiguió incorporar en el informe de la Ponencia, nos oponemos también a la enmienda número 2, de la Agrupación Liberal.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos a someter a votación las enmiendas. En primer lugar, votamos la enmienda número 13, del Grupo Parlamentario CDS.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 20; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada.

Sometemos a continuación a votación las enmiendas números 1 y 2, de la Agrupación de Diputados del Partido Liberal.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 20; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

Sometemos a continuación a votación la enmienda número 77, del Grupo Parlamentario Vasco-PNV; y la enmienda número 41, del Diputado, señor Mardones.

**Efectuada la votación dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 20; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas. (El señor del Pozo i Alvarez pide la palabra.) Señor del Pozo.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Simplemente para hacer una corrección técnica en el texto del informe de la Ponencia. La expresión «promover de forma directa o indirecta» queda reducida a «promover directa o indirecta». Es para que se incluya esta locución.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Cómo dice su señoría?

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: En la enmienda 27 que se incorporó en Ponencia, figuraba la expresión, en la segunda parte de la definición de publicidad: «con el fin de promover de forma directa o indirecta...».

En el informe se suprimió la expresión «de forma».

El señor **PRESIDENTE**: Es decir, SS. SS. solicita que se incorpore nuevamente la expresión «de forma».

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Sí, porque es un error de transcripción.

El señor **PRESIDENTE**: Efectivamente. El texto diría: «Publicidad: toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta...», etcétera.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Exactamente.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Esa corrección es del artículo 2.º

El señor **PRESIDENTE**: Efectivamente, es del artículo 2.º, y no hemos empezado a discutirlo, señor del Pozo. De todas maneras, esto que tenemos adelantado. En su momento nos remitiremos a lo dicho ahora.

Sometemos a continuación a votación el artículo 1.º, según el informe de la Ponencia.

**Efectuada la votación dio el siguiente resultado: Votos a favor, 23; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 1.º, según el informe de la Ponencia.

Artículo 2.º Pasamos a continuación a discutir el artículo 2.º, al cual, hay dos enmiendas, las números 93 y 100, del Grupo Parlamentario de Coalición Popular.

Para defensa de estas enmiendas, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, vamos a retirar la enmienda número 100, por entender que ha sido asumida por el nuevo informe de la Ponencia. Cuando hablamos de personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, entendemos que está incluida la publicidad de las Administraciones públicas. Para la defensa de la enmienda número 93, intervendrá el señor Elorriaga.

El señor **PRESIDENTE**: El señor Elorriaga tiene la palabra para defender la enmienda número 93. Se entiende por retirada la enmienda número 100.

El señor **ELORRIAGA FERNANDEZ**: Señor Presidente, esta enmienda es de adición. Solicita que se añada al artículo 2.º del Título I, el párrafo siguiente: Asimismo, se entiende por publicidad las comunicaciones mediante pago contratadas por los organismos públicos con el carácter de publicidad institucional y por los partidos políticos.

Resulta absurdo que se promulgue una ley General de Publicidad que excluya una publicidad cada vez más importante, tanto en cantidad, como en influencia en la sociedad, como son las campañas políticas en período electoral y las campañas de difusión organizadas por los entes públicos.

El objetivo de la enmienda es la adición de esta frase.

El señor **PRESIDENTE**: Para defensa de la enmienda número 14, tiene la palabra, por el Grupo Parlamentario del CDS, el señor Buil.

El señor **BUIL GIRAL**: Señor Presidente, efectivamente, habíamos presentado esta enmienda que pretendía extender a los particulares las formas de publicidad que ellos promovieran. Creemos que nuestro texto completaba una carencia que se daba en el texto de ley e incluíamos la prestación de servicios.

Sin embargo, a la vista de las modificaciones introducidas por la Ponencia, en las que se incluyen a las personas físicas, jurídicas, públicas, privadas, se recoge, en gran parte, el objetivo de nuestra enmienda. Por esta razón, anuncio que queda retirada.

El señor **PRESIDENTE**: Existe a este artículo, la enmienda número 138, del Grupo Parlamentario de Minoría Catalana.

Para defensa de esta enmienda, tiene la palabra el señor Triás de Bes.

El señor **TRIAS DE BES I SERRA**: Señor Presidente, la enmienda número 138 tenía el mismo sentido que las enmiendas anteriores defendidas por otros Grupos Parlamentarios: completar la definición de lo que se entiende por publicidad.

Nosotros creemos que la Ley es muy importante —por ello, el Pleno de la Cámara ha avocado su aprobación—, y afecta a muchísimos sectores de la sociedad.

Espero que la coincidencia de enmiendas de algunos Grupos parlamentarios no sea malinterpretada. Nuestro

intento con esta enmienda era ampliar la definición de lo que se entiende por publicidad. Creíamos que era mejor hacer una referencia específica a la publicidad institucional o de organismos públicos. Pero si los ponentes entienden que la modificación introducida en la Ponencia, incluyendo a las personas públicas, comprende a los organismos y administraciones públicas, nuestro Grupo Parlamentario retira en este momento la enmienda número 138.

El señor **PRESIDENTE**: Existe también las enmiendas números 69, de la Democracia Cristiana y 62, del señor Zarazaga que se mantienen a los solos efectos de su votación.

Por consiguiente, para turno en contra de la enmienda número 93, que es la única que se mantiene viva, tiene la palabra el señor del Pozo, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Señor Presidente, pido disculpas por mi error anterior debido exclusivamente al hecho de haber recurrido a la lectura de esa definición como réplica a la enmienda que presentaba la Agrupación Liberal. De todas formas, como dice el señor Presidente, era una manera de adelantar trabajo.

En relación con la enmienda número 93, debo decir que, al entender de nuestro Grupo, queda en parte asumida, como ha dicho el portavoz del Grupo Popular, en la enmienda número 27, del Grupo Parlamentario Socialista, incorporada en Ponencia. En la parte que no se considera aceptada, nosotros nos consideramos satisfechos con la redacción del artículo 9.º del proyecto de ley cuya última parte reza del siguiente modo literal: «Lo dispuesto en el mismo será de aplicación a todos los contratos publicitarios, aun cuando versen sobre actividades publicitarias no comprendidas en el artículo 2.º».

Aun en el supuesto de que no diera satisfacción suficiente la incorporación de la enmienda número 27, el propio texto del proyecto, en la segunda parte del artículo 9.º prevé aquello que desea incorporar la enmienda número 93, por lo que nos parece redundante e innecesaria su incorporación.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos, por consiguiente, a votar las diferentes enmiendas. Votamos la enmienda 93 y, si no hay inconveniente por parte de SS. SS., votaríamos conjuntamente las números 69 y 62. ¿Desean SS. SS. que se voten separadas?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, deseáramos votación separada de la enmienda número 93.

El señor **PRESIDENTE**: Votamos a continuación, en primer lugar, la enmienda número 93, de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 16; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada.

Votamos a continuación las enmiendas números 69, de la Democracia Cristiana; y la 62, del señor Zarazaga.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 15; abstenciones, seis.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

Las enmiendas números 100, 14 y 138 se consideran retiradas por SS. SS. por estar asumidas en la nueva redacción de la Ponencia.

El señor Navarrete tiene la palabra.

El señor **NAVARRETE MERINO**: Para una cuestión de orden, señor Presidente.

Me parece que no se ha tenido en cuenta una enmienda que quedaría viva para votación; la número 42, del señor Mardones Sevilla.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene S. S. toda la razón. La enmienda número 42, del señor Mardones Sevilla, la tenemos que someter a votación seguidamente.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 15; abstenciones, seis.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada.

Tomamos nota, señor del Pozo, de la afirmación hecha por S. S. anteriormente con referencia a la redacción que había que dar al artículo 2.º, en el sentido de introducir «de forma directa e indirecta».

Para alguna otra precisión, tiene la palabra el señor Del Pozo.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Efectivamente, señor Presidente, y no por afán de perfeccionismo.

En Ponencia se nos propuso, y aceptamos pensar en ello, una mejora de redacción. En este caso, no es corrección de error, sino proponer a la Comisión que se acepte la modificación del inciso final de esta definición de publicidad, artículo 2.º, en el siguiente sentido. Donde dice: «... Contratación de bienes o servicios, incluidos los inmuebles, los derechos y las obligaciones», debería decir, si se aceptara: «... Contratación de bienes, tanto muebles como inmuebles, de servicios, derechos y obligaciones». Nos parece que la propuesta que se nos hizo en Ponencia es una mejora clara de redacción, por lo que estamos dispuestos a aceptarla.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Están SS. SS. de acuerdo, sin perjuicio de que perfeccionemos la redacción? (**Pausa.**) Yo creo que sobra la palabra «tanto». Se puede decir: «... de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones». Quedaría el texto más correcto, tal como lo lee la Presidencia.

Tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Yo ampliaría esta propuesta a que los propios servicios de la Cámara unificaran todos los artículos del texto donde se hace referencia a esta enumeración.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Hay algún inconveniente? **(Pausa.)** Supongo que ninguno.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: En absoluto, señor Presidente, siempre que se mantenga la identidad del caso.

El señor **PRESIDENTE**: Los servicios técnicos de la Cámara así lo harán y lo tendrán en cuenta.

Sometemos a votación el artículo 2.º, con las precisiones efectuadas por SS. SS. y por la Presidencia en este acto.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; en contra, tres; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 2.º del proyecto de ley, según el informe de la ponencia.

Artículo 3.º A continuación, vamos a dictaminar el artículo 3.º A este artículo se han presentado diferentes enmiendas. Para la defensa de la número 101, de Coalición Popular, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Nuestro Grupo pretendía suprimir de la enumeración de publicidad ilícita la publicidad subliminal. No es que estuviéramos en contra de que esta forma de publicidad se considerara ilícita, sino que la estimábamos totalmente innecesaria, y mucho más con la anterior redacción del artículo 7.º del proyecto.

Modificado dicho artículo 7.º, y dada una mayor precisión al concepto de lo que se entiende por publicidad subliminal, seguimos entendiendo que es una forma de publicidad engañosa por la que se pretende llevar a un error o equivocación al destinatario de la publicidad. Por lo tanto, dicha enumeración no viene más que a dotar de una mayor complejidad a este artículo, sin resolver ningún problema nuevo.

Aun cuando mantenemos que el texto ha mejorado mucho con la nueva redacción dada en Ponencia el artículo 7.º, creemos que sigue siendo innecesaria la enumeración de la publicidad subliminal, ya que si se introdujera habría que hacerlo con muchísimos más conceptos. Es una forma de publicidad que difícilmente se va a dar, si se da, difícilmente va a poder probarse. Por eso seguimos manteniendo nuestra enmienda. Creemos que es más correcta la enumeración de este artículo si se suprime la publicidad subliminal.

El señor **PRESIDENTE**: Minoría Catalana tiene presentada una enmienda, la 141. Para su defensa, tiene la palabra el señor Trías de Bes.

El señor **TRIAS DE BES I SERRA**: La enmienda 141 de nuestro Grupo Parlamentario pretende, asimismo suprimir de las prohibiciones contempladas en este artículo 3.º, la publicidad subliminal. Es otra coincidencia de enmienda con otros Grupos Parlamentarios.

Nuestra argumentación (que voy a ahorrar a SS. SS. para no entrar en disquisiciones técnicas que ya se hicie-

ron en Ponencia) se basa fundamentalmente en que el concepto de publicidad subliminal no ha sido suficientemente desarrollado hoy día por la doctrina en ningún país europeo. La prueba es que ni la propia Comunidad Económica Europea introduce este concepto como preceptivo o lo recomienda a las legislaciones internas de los países miembros.

Nuestro Grupo preferiría la supresión del apartado d) de este artículo 3.º, sobre todo porque el propio Gobierno, al remitir el proyecto, tampoco sabía lo que significaba el concepto de publicidad subliminal. Luego, en Ponencia, el texto ha mejorado. Pero si SS. SS. se dan cuenta el artículo 7.º, del texto original del proyecto, que veremos con posterioridad, decía: «A los efectos de esta Ley» —expresión un tanto «sui generis»— se considera publicidad subliminal la que, mediante imágenes subliminales u otras técnicas, puede provocar en el público destinatario percepciones sensoriales...». Lo definido entra en la definición.

El Grupo mayoritario ha corregido en Ponencia, con muy buen tino, este texto, pero ha introducido una definición tan técnica que a veces es de difícil comprensión, sobre todo teniendo en cuenta que esta ley judicializa totalmente los conflictos que pueda provocar, las controversias que se puedan suscitar en su aplicación. Me temo mucho que estas definiciones excesivamente técnicas puedan producir mayores perjuicios en los particulares que se vean sometidos a dilucidarlas en los pleitos que se susciten.

Por lo tanto, preferiríamos que se suprimiera del texto, como dice nuestra enmienda, el concepto de «publicidad subliminal».

El señor **PRESIDENTE**: Hay presentadas a este artículo 3.º las enmiendas 78, del Grupo Parlamentario VascoPNV; las números 132 y 63, de Izquierda Unida; la 70, de la Democracia Cristiana; y la número 63, del señor Zarázaga. Todas ellas se mantienen a efectos de votación.

Para un turno en contra de las enmiendas defendidas, tiene la palabra el señor Del Pozo, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: En cuanto al fondo de la definición de la publicidad subliminal, lo oportuno procedimentalmente es esperar al artículo 7.º, donde podremos apreciar el mayor o menor tecnicismo de la definición alcanzada y discutir con precisión sobre ella.

Aquí se trata simplemente de enumerar la publicidad subliminal, junto a otros tipos de publicidad ilícita. El argumento del señor Huidobro remitiéndonos a la posible subsunción del concepto de publicidad subliminal en el de publicidad engañosa no es posible por una razón que puede parecer incluso un tanto cómica: la publicidad subliminal puede llevar a la verdad, no necesariamente debe llevar al error.

Es obvio que quien, de forma torcida, intenta alcanzar influencia sobre el público de forma que éste no pueda percibir el estímulo por el que esa influencia se produce —que al fin y al cabo es lo que quiere decir publicidad

subliminal—, quien hiciera eso lo haría con fines no demasiado honorables y probablemente engañosos. En ese sentido, estoy de acuerdo con S. S. en que, por la vía de hecho, la publicidad subliminal puede llevar más bien a coacciones y percepciones erróneas. Pero debe reconocer el señor Huidobro que también puede ser utilizada con fines honorables, con intención de difundir la verdad. En ese caso, es obvio que el concepto de publicidad subliminal no quedaría subsumido en el de publicidad engañosa. Por esa razón, merece la pena que mantengamos diferenciado el concepto de publicidad subliminal.

Por otra parte, el señor Trías de Bes basa su argumentación, en parte, en la falta de acuerdo doctrinal. Eso es cierto, a pesar de las apariencias, pero no es menos cierto que en todos los terrenos científicos, no se produce unanimidad doctrinal, ni siquiera en el terreno de las ciencias que aparecen como más seguras, las que tienen auxilio directo en el aparato matemático, por ejemplo, la física; no digamos ya en las ciencias humanas, con la psicología o en las ciencias sociales, como la economía. Por supuesto, no podemos pedir a la comunidad científica unanimidad, como no se puede pedir tampoco a una comunidad legislativa unanimidad, aunque en algunos momentos fuera deseable.

Por esa razón, no nos parece argumento suficiente el de que no hay acuerdo, siempre que en la comunidad científica —en este caso, de los psicólogos— haya quien mantenga —lo hay y se puede demostrar en el momento en que sea necesario— que la publicidad subliminal es una realidad que, si no llega a ser utilizada, acaso no se deba a dificultades técnicas o de transmisión, sino por falta de rentabilidad económica, cuestión distinta de lo que aquí nos interesa.

Es más, para nosotros la falta de acuerdo doctrinal tal vez sea un acicate para mantener esa publicidad subliminal. Mientras haya quien de una forma seria, científica y razonable, sostenga que algún día es posible llegar a influir sobre los sujetos sin que ellos tengan control de esa influencia, es una cautela del legislador responsable contemplar esa previsión y prohibirla de forma taxativa, como hace el proyecto de ley. Por eso, mantenemos nuestra intención de que la publicidad subliminal aparezca en el texto legislativo.

El señor **PRESIDENTE**: Para un breve turno de réplica, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Si la publicidad subliminal supone, como dice la definición, una actuación no consciente sobre la voluntad del destinatario, sea cualquiera el fin que se persiga, tanto sea un fin honorable como si no lo es (como ha dicho el portavoz socialista), habrá engaño. El engaño no sólo existe para llevar a cabo actos no honorables, sino también actos honorables. El engaño está en hacer, mediante técnicas que modifican de manera engañosa, de manera falaz, el consentimiento del destinatario. Y no cabe duda de que si el destinatario no se da cuenta de que le están dirigiendo su voluntad ha-

cia algo que él no sabe o no quiere, sea honorable o no lo sea, habrá engaño.

Hemos dicho que no añade nada pero tampoco complica las cosas. Si ésta va a ser una ley en la que va a aparecer la publicidad subliminal, tampoco creemos que ello perjudique de manera especial, por lo que no vamos a hacer mayor hincapié en este tema.

El señor **PRESIDENTE**: Entiendo que retira S. S. la enmienda 101.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: La mantengo, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos a someter a votación las diferentes enmiendas.

En primer lugar, la enmienda número 101, de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, cuatro; en contra, 16; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada.

Sometemos a continuación a votación la enmienda número 141 de Minoría Catalana.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, cuatro; en contra, 16; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada.

Sometemos a continuación a votación las enmiendas números 78, del Grupo Parlamentario Vasco-PNV; 63 y 132, de Izquierda Unida; 70, de la Democracia Cristiana; y 63, del señor Zarazaga.

El señor Huidobro tiene la palabra.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Para pedir votación separada de la enmienda 78, que es exactamente igual que la presentada por nuestro Grupo.

El señor **PRESIDENTE**: Podía haber apercibido a la Presidencia del sentido de esta enmienda al principio, y la hubiéramos votado junto con la 101.

Vamos a votar, en primer lugar, todas las enmiendas citadas, menos la número 78.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 16; abstenciones, seis.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas reseñadas.

Sometemos a continuación a votación la enmienda 78, del Grupo Parlamentario Vasco-PNV.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, cuatro; en contra, 16; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechaza la enmienda.

Sometemos a continuación a votación el artículo 3.º del proyecto de ley, según el informe de la Ponencia.

El señor Huidobro tiene la palabra.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, para pedir votación separada del apartado d) de dicho artículo 3.º, que hace referencia a la publicidad subliminal.

El señor **PRESIDENTE**: Sometemos a votación todo el artículo 3.º, excepto el apartado d) con relación al cual ha pedido votación separada el portavoz de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, fue aprobado por unanimidad.**

El señor **PRESIDENTE**: Por unanimidad queda aprobado el artículo 3.º, excepto este apartado d) que sometemos a continuación a votación.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 19; en contra, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado.

Artículo 4.º Continuamos el debate y pasamos a discutir el artículo 4.º

A Dicho precepto hay presentadas las enmiendas números 94, 102 y 103 de Coalición Popular.

Para la defensa de estas enmiendas, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Deseo manifestar que la enmienda número 94 la defenderá el señor Elorriaga.

La número 102 persigue dar una nueva definición de lo que es publicidad engañosa. El proyecto habla de que se considera engañosa... Nuestra enmienda propone que la expresión «se considera» se sustituya por «es» engañosa. Ha sido aceptada y, por tanto, no insistimos.

El informe de la Ponencia dice que es engañosa la publicidad que, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios y que, debido a ello, puede afectar su comportamiento económico o que, por estas razones, perjudica o es capaz de perjudicar a un competidor.

Nuestra enmienda dice: «Es engañosa la publicidad que de cualquier modo» —frase que se ha suprimido en el texto de la Ponencia—, «incluso en su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios por afectar a su comportamiento económico o por perjudicar a un competidor y la que silencia datos esenciales provocando una falsa impresión o suscitando expectativas razonables...»

Como hemos dicho esta enmienda en parte ha sido recogida y en parte ha desaparecido. El texto de la Ponencia contiene una serie de irregularidades que nos llevan a no aceptarlo. Dice el informe de la Ponencia que es engañosa la publicidad que, incluida su presentación... ¿A quién se refiere la palabra «incluida»? ¿A la publicidad? Cuando antes se hablaba que de una manera cualquiera indujera a error, en esa expresión estaba incluida la pre-

sentación, pero ahora el concepto «incluida la presentación» se queda en el aire y no sabemos a qué antecedente se refiere la palabra «incluida». Es decir, que es engañosa la publicidad que induce o puede inducir a error a sus destinatarios. De acuerdo. Pero la expresión «incluida su presentación» ha perdido toda razón de ser.

A continuación, sigue diciendo el texto «... y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico...» ¿Debido a qué? ¿Debido al error? Si es debido al error, es otra la redacción que habría que dar a este texto. Tampoco sabemos qué se quiere significar cuando decimos «debido a ello»; si es el error, si son las formas. ¿A qué se refiere? Si se refiriera al error, sería mucho mejor darle otra redacción completamente distinta.

Dice al final el informe: «... o que, por estas razones, perjudica o es capaz de perjudicar a un competidor». ¿A qué razones se refiere este párrafo? ¿Al error, a la manera en que se ha llevado a cabo o se ha producido este error? ¿A la publicidad? ¿A qué se refiere esta modificación?

Admitiendo que el principio que inspira este nuevo texto es aceptable, nos parece que no hemos sabido darle en la Ponencia la adecuada redacción. Nuestro Grupo había pensado que quizá la solución fuera decir: «Es engañosa la publicidad realizada de forma que sus destinatarios sean o puedan ser inducidos a error, error que puede afectar a su comportamiento económico o perjudicar a un competidor.» No intento introducir ningún otro concepto ni modificar en nada lo que dice este párrafo. Sólo pretendo que el precepto sea comprensible y que su aplicación no dé lugar a problemas que de ninguna manera debe buscar el legislador.

Por tanto, retiro mi enmienda, pero ofrezco una transaccional, la que acabo de leer, y que no tengo inconveniente en repetir posteriormente.

La enmienda 103, dice que es asimismo engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios, cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios. Voy a retirar esta enmienda 103 porque el señor Elorriaga, miembro de mi Grupo, va a defenderla desde otro punto de vista.

Por tanto, retiro la enmienda 102. Propongo una transaccional, y retiro la 103, dejando vigente la número 94, que defenderá el señor Elorriaga.

El texto que propone nuestro Grupo como enmienda transaccional quedaría de la forma siguiente: «Es engañosa la publicidad realizada de forma que sus destinatarios sean o puedan ser inducidos a error, error que puede afectar a su comportamiento económico o perjudicar a un competidor.»

El señor **PRESIDENTE**: Señor Huidobro, le rogaría hiciera llegar a la Mesa el texto transaccional que S. S. ofrece.

Tiene la palabra para la defensa de la enmienda número 94, el señor Elorriaga.

El señor **ELORRIAGA FERNANDEZ**: Mi enmienda es

concurrente, de alguna forma, con la que acaba de defender el señor Huidobro. Se trata de mejorar la redacción de este artículo que define la publicidad engañosa.

Es evidente que este segundo párrafo que se refiere a silenciar datos fundamentales de los bienes u omisión que induzcan a error... es redundante e introduce inseguridad jurídica en el sector. ¿Qué son datos fundamentales? ¿En qué modo inducen a error? Está claro que el primer párrafo (sobre todo en la redacción que acaba de proponer el señor Huidobro) dice claramente que es engañosa la publicidad que induce o puede inducir a error y no exige una definición de ese error, lo induce por adición o por omisión.

Evidentemente es engañosa en cuanto a que por una técnica, sea la que sea, gramatical o de imagen, provoca un error al destinatario. Esta técnica puede consistir en decir algo que es falso u ocultar algo, pero en todo caso eso debe estar en un párrafo único. La publicidad induce o puede inducir a error por un procedimiento que puede ser añadir, excluir o desfigurar datos o dar a los datos una proporcionalidad equívoca. Cualquier procedimiento que conduce al engaño no debe ser admitido, debe ser ilícito, y entrar en el concepto de publicidad engañosa.

Es absurdo hacer dos párrafos, uno de ellos que diga que la publicidad, incluida su presentación, induce a error. Esperamos que esta expresión sea suprimida, como dice el señor Huidobro, porque puede ser la presentación por adición o por omisión; es decir, se presenta un hecho, añadido o adornado de virtudes que no le acompañan, o excluidos defectos que se ocultan. Este concepto debe quedar encajado en un párrafo único, sin esta coletilla de un apartado especial para silenciar unos datos fundamentales, que no será más que uno de tantos procedimientos posibles de engañar.

En el caso de que no fuese aceptada la redacción del señor Huidobro, nos parecería mejor un párrafo único de este artículo 4.º para la racionalidad y mayor calidad literaria del proyecto de ley.

El señor **PRESIDENTE**: Minoría Catalana tiene presentada la enmienda número 140, al artículo 4.º

Para la defensa de esta enmienda, tiene la palabra el señor Trías de Bes.

El señor **TRÍAS DE BES I SERRA**: Señor Presidente, muy brevemente, para no repetir argumentos que ya se han dado.

Tal como queda el texto, parece que la enmienda número 140 ha sido recogida en el segundo párrafo al que se ha referido el señor Elorriaga. A nuestro Grupo tampoco le entusiasma la definición que de este artículo hace el informe de la Ponencia. No obstante, vamos a retirar la enmienda porque contiene definiciones que podrían dar lugar a error y ser objeto de interpretaciones diversas.

Por tanto, la retiro en este momento, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: Damos por retirada la enmienda número 140.

La Agrupación de Diputados del Partido Liberal tiene presentadas las enmiendas 3 y 4, a este artículo 4.º

Para la defensa de sus enmiendas, tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: La enmienda número 3 postulaba también una nueva redacción que clarificase el concepto de este artículo 4.º. A tenor del resultado dado en el informe de la Ponencia, parece aceptada, por lo menos parcialmente, junto con otras enmiendas de carácter similar. Sin embargo, a mí tampoco me entusiasma dicha redacción aunque creo —y lo digo sinceramente— que la enmienda transaccional ofertada en este momento por el Grupo de Coalición Popular tampoco añade nada nuevo; antes al contrario, su contenido es más difuso que el incluido en el primer apartado del expresado por la Ponencia.

Si acaso, a esta redacción del informe de Ponencia, le sobraría la expresión «... incluida su presentación...», porque sería engañosa la publicidad en cualquier circunstancia y término en que se produjera; en su propia esencia, en su propia formulación y, por tanto, también en la presentación.

La enmienda número 4 pretendía la corrección del segundo apartado de este precepto del proyecto pues nos parece peor que el texto original y hay que decirlo con claridad. Ahora bien, tampoco nos satisface demasiado la redacción propuesta por la Ponencia, porque cambia unos elementos de carácter objetivo por una visión subjetiva. En el supuesto de que prevaleciese el informe de la Ponencia, tendría razón el representante del Grupo Popular en cuanto a que no añade nada nuevo. Era explicable en el artículo 4.º del texto original, porque hablaba de una publicidad con un plus de engaño y de la que incurre en defecto, cuando no se dice nada de una manera ostensible pero se silencian datos fundamentales que hubieran incidido en el comportamiento económico de los destinatarios.

Pero tal como está redactado, el informe de la Ponencia no añade nada nuevo. En este sentido, tiene razón el portavoz del Grupo Popular al decir que, en todo caso, basta hablar de error. Se ha traducido en un puro subjetivismo: Es asimismo engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes o servicios cuando induzca a error. Es engañosa la publicidad que induce a error, cualquiera que fuera la forma. En cambio, en el texto original del proyecto, que entendemos que es mejor, no se decía eso. Hablaba de un dolo positivo, de un engaño en sentido positivo, de acumular algo sobre la propia publicidad y, centraba el segundo párrafo en el aspecto negativo de silenciar datos esenciales que modificasen el comportamiento económico.

Por tanto, abonaríamos una enmienda transaccional para subsumir ambos apartados o, si acaso, considerarlos separadamente en base a la formulación de la propia Ponencia y a la ofertada por el Grupo de Coalición Popular, que, repito, tampoco nos satisface en su literalidad.

El señor **PRESIDENTE**: Señor Pardo Montero, le rue-

go si S. S. es tan amable, que haga llegar a la mesa la enmienda transaccional por la cual abonaría.

El señor **PARDO MONTERO**: Señor Presidente, es que yo no he formulado ninguna enmienda transaccional. He manifestado que apoyo, en su caso, una transaccional derivada de la formulada por el Grupo de Coalición Popular.

El señor **PRESIDENTE**: Damos por definidas las enmiendas 15, del Grupo Parlamentario CDS; 79, del Grupo Parlamentario Vasco (PNV); 133, de Izquierda Unida; 71, de la Democracia Cristiana, y la número 43, del señor Mardones.

Para turno en contra de las diferentes enmiendas defendidas, tiene la palabra el señor Del Pozo.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Señor Presidente, el planteamiento de la enmiendas y de las transaccionales tiene una cierta complejidad formal a la que intentaré responder con la mayor claridad posible.

En primer lugar, manifiesto la voluntad de mi Grupo de aceptar la transacción propuesta por el Señor Huidobro porque entendemos que, efectivamente, perfecciona aún más la pequeña mejora que ya se introdujo en Ponencia en orden a la claridad de redacción del artículo, sin afectar a su contenido esencial. Esto por lo que se refiere a la primera parte de los artículos.

En cuanto a la segunda parte, enmendada por el Grupo Popular —cuya defensa ha realizado el señor Elorriaga—, entendemos que debe plantearse en sus actuales términos. Estoy de acuerdo en que si afirmamos que de cualquier manera, incluida su presentación, una publicidad puede ser engañosa, en esa expresión: «de cualquier manera» probablemente quepa incluir la actuación por omisión.

Sin embargo, debemos también mencionar aquel principio, simple pero cierto, de que lo que abunda no daña, máxime cuando estamos hablando de procedimientos por omisión. Es obvio que un engaño tiene normalmente un fundamento en la astucia, y la astucia es esencialmente activa. Por otra parte, el engaño connota actividad y no omisión o silencio. Por eso, además del engaño activo (que es el que todo el mundo entiende cuando se intenta tergiversar el contenido de un mensaje) debe hacerse mención explícita, aunque sea redundante, de la omisión, puesto que a veces no se piensa en ella.

Por esa razón, creemos que es bueno que se mantenga la segunda parte del artículo.

En cuanto a las obligaciones formuladas por el Señor Pardo, basadas en su enmienda número 4, lamento tener que decir que con la aceptación de la enmienda transaccional puede quedar satisfecho su deseo, expresado en la justificación escrita de la enmienda, de acentuar la concreción objetiva del precepto, evitando la subjetividad.

Debo abundar en ello diciendo que su enmienda no sería una buena solución, puesto que mantiene expresiones que pecan de exceso de subjetivismo. Me refiero a expresiones tales como «ser conocidos», «falsa impresión» o

«expectativas razonables»; conceptos, sin duda, muy empapados de subjetivismo.

Por esa razón, proponemos a la Comisión que vote afirmativamente la transacción presentada por el señor Huidobro y que se mantenga el texto de la segunda parte de la enmienda tal como aparece en el informe de la Ponencia.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Tengo que señalar, como consecuencia de la aceptación de la transaccional, que quedan retiradas las enmiendas 102 y 103 de la Coalición Popular? (**Asentimiento.**) ¿Mantienen SS. SS., a efectos de votación, la número 94? (**Asentimiento.**) Está retirada también la enmienda número 140, de Minoría Catalana.

¿Hay por parte de SS. SS. algún inconveniente en que votemos conjuntamente todas las enmiendas que permanecen vivas?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Ninguno, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Se considera retirada, como consecuencia de la transaccional, la enmienda número 4, del Partido Liberal?

El señor **PARDO MONTERO**: Señor Presidente, retiramos las enmiendas números 3 y 4.

Aprovecho la ocasión para decir, si me lo permite la Presidencia, que la enmienda del Partido Liberal —que, por cierto, no ha sido retirada— no era precisamente un hallazgo en este tema. Hago esta indicación para evitar la reiteración.

El señor **PRESIDENTE**: Señor Del Pozo, dado el error sufrido al aportar la enmienda transaccional, le ruego que precise exactamente en qué sentido se acepta la transacción ofrecida por el Grupo Popular.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, con el fin de facilitar las cosas, como he visto la enmienda y estoy de acuerdo con la presentada por el Grupo Socialista, casi es mejor que se lea el texto para conocimiento de toda la Comisión y para que de esa manera se pueda votar.

El señor **PRESIDENTE**: Eso es lo que solicitaba la Presidencia del Grupo Socialista. Muchas gracias, señor Huidobro, por su ayuda.

Tiene la palabra el señor del Pozo.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Tal vez el maleficio de hablar del error nos ha llevado a una pequeña cadena de errores involuntarios, que son los siguientes. La transacción que propone el portavoz del Grupo Popular a la Mesa recibe una propuesta de mejora de redacción —si no he entendido mal— del señor Presidente. A este Ponente que les habla le llegan las dos y, sin ánimo sectario, me parece mejor la introducción de una nueva redacción por parte de la Presidencia. Cuando yo manifesté la voluntad de aceptar la transacción me refería efectivamente a esa mejora y, al ver el error en que habíamos incurrido, el se-

ñor Huidobro amablemente reconoce también que es mejor la propuesta de redacción de la Presidencia, y considera que su transacción adquiere esa nueva forma a la que doy lectura.

Dice así: «Es engañosa la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor.»

Al parecer, hay acuerdo entre los dos Grupos y agradecemos la ayuda de la Presidencia en la mejora de la redacción.

El señor **PRESIDENTE**: Estaba fuera de mi mente, señor Del Pozo, el ser el coautor de la enmienda transaccional; era sencillamente un ofrecimiento a todos ustedes, sin necesidad de exteriorizarlo.

Vamos, por consiguiente, a someter a votación las enmiendas de los diferentes Grupos.

Votamos, en primer lugar, la enmienda número 94, de Coalición Popular; así como las enmiendas números 15, del Grupo Parlamentario del CDS; 79, del Grupo Parlamentario Vasco-PNV; 133, de Izquierda Unida; 71, de la Democracia Cristiana; y 43, del señor Mardones.

Se consideran retiradas, por subsumidas en transaccionales, las enmiendas 102 y 103, de Coalición Popular; 140, de Minoría Catalana; y 3 y 4, del Partido Liberal.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, cuatro; en contra, 15; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas citadas.

Sometemos, a continuación, a votación el artículo 4.º tal como ha quedado con las enmiendas transaccionales. **(El señor Huidobro Díez pide la palabra.)**

Tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, solicito votación separada del apartado 1 del artículo 4.º, al que se refiere la transaccional.

El señor **PRESIDENTE**: Así lo vamos a hacer.

Sometemos, en primer lugar, a votación el apartado 1 al artículo 4.º

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 19; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el apartado 1 al artículo 4.º

A continuación, sometemos a votación el apartado 2 del artículo 4.º, según el informe de la Ponencia.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 16; en contra, tres, abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el apartado 2 del artículo 4.º, según el informe de la Ponencia.

A continuación, pasamos a debatir el artículo 5.º

Coalición Popular tiene presentadas dos enmiendas, las números 95 y 104. Para su defensa, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Voy a defender únicamente la enmienda número 104. La 95 la defenderá el señor Elorriaga.

La enmienda 104 tiene por finalidad suprimir de la enumeración del proyecto, cuando habla de los elementos que han de tenerse en cuenta para que la publicidad sea engañosa, los «motivos de la oferta».

Nuestro Grupo piensa que los motivos de la oferta son unos elementos de carácter subjetivo del anunciante. No vemos cómo van a modificar el comportamiento del destinatario de la publicidad o a perjudicar al competidor, ni tampoco vemos cómo pueden llegar a ser tan importantes que puedan hacer cambiar de idea al destinatario.

Los motivos de la oferta son una razones de estrategia comercial que de ninguna manera va a desvelar quien pretende introducir algún bien o servicio en el mercado.

Introducir este motivo como elemento para catalogar o no de engaños a un tipo determinado de publicidad sería tanto como atar las manos de todos aquellos que intentan colocar en el mercado un bien o un servicio. Sólo estas razones deben ser suficientes para suprimir esta expresión, «motivos de la oferta», de los elementos que han de tenerse en cuenta para decidir si una publicidad es engañosa, y por lo tanto ilícita, o no.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Elorriaga para la defensa de la enmienda número 95, de Coalición Popular.

El señor **ELORRIAGA FERNANDEZ**: La enmienda solicita la supresión del apartado d) del artículo 5.º, que incluye entre las características para determinar el carácter engañoso de la publicidad, los resultados que pueden esperarse de su utilización.

El término resultados que pueden esperarse es evidentemente vago e introduce una importante inseguridad jurídica. No se puede determinar si una publicidad es engañosa por la utilización del producto ya que los resultados quedan condicionados por multitud de factores imprevistos de prever con anticipación.

Si se dijese «resultados de su utilización», estaría de acuerdo, «que pueden esperarse», no nos gusta pues no sabemos lo que puede esperarse. Además, la utilización del producto puede ser buena o mala. Por ejemplo, podemos esperar como resultado de la utilización de los automóviles que no se cumplan las señales de tráfico porque, de hecho, hay faltas de tráfico, pero eso no quiere decir que la publicidad en los automóviles sea engañosa; podemos esperar también que no se cumplan las normas de velocidad mínimas. Es de suponer que hay mucha gente que cuando compra un automóvil que tiene una velocidad superior a la autorizada en las carreteras, a lo mejor hace uso de esa utilización, y se puede esperar que viole la norma del límite de velocidad, pero eso no quiere decir que

la publicidad sea engañosa, sino que hay una mala utilización por parte del usuario.

No se puede deducir la conducta del mal uso de los productos por voluntad del usuario pues eso es introducir un factor ajeno a las responsabilidades del anunciante. Además, el párrafo ni siquiera se refiere a ese mal uso o a que ese mal uso se haya producido, sino al que pueda esperarse; es decir, hay la sospecha de que va a existir ese mal uso. Una persona puede tomar una medicina para envenenarse; puede esperarse pero no puede tenerse en cuenta ese factor.

Nosotros creemos que el apartado d) es inadecuado por impreciso, por inseguro, y por otro lado, está perfectamente subsumido en el apartado f), que habla de nocividad o peligrosidad. Es evidente que se puede hacer un uso que facilite la nocividad o que estimule la peligrosidad. Ese es el sentido: Que no se haga una publicidad de artículos peligrosos o de utilizaciones que puedan ser perjudiciales para el usuario. Con ello queda perfectamente entendido que los resultados malos de la utilización son los resultados nocivos o peligrosos a que se refiere el apartado f).

Por lo tanto, insistimos en la supresión del apartado d) del artículo 5.º

El señor **PRESIDENTE**: Se ha presentado a este artículo 5.º la enmienda número 80, del Grupo Parlamentario Vasco - PNV; la enmienda número 64, del señor Zarazaga (que parece que está aceptada en el informe de la Ponencia); y la enmienda número 44, del señor Mardones; que someteremos a votación.

Para turno en contra de las enmiendas defendidas tiene la palabra el señor del Pozo.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: En relación con la enmienda número 104, defendida por el señor Huidobro, proponiendo que se supriman los motivos de la oferta, debo decirle que una oferta es una operación comercial sin duda especial, que rompe lo que podríamos llamar el código de relaciones normales entre el vendedor y el consumidor o comprador, situación especial que debe regularse, para su publicidad, en el aspecto esencial de los motivos. A nadie se le escapa que, en una oferta, puede producirse un fraude fácil al consumidor en materia, por ejemplo, de calidad del producto —puede tener taras de origen, puede haber entrado en período de caducidad, u otras formas de degradación— y, ciertamente, al público le interesa que se mencione cuál es el motivo, la razón por la cual aquel producto, en aquel período determinado, va a ser ofrecido a un precio más bajo del usual. Entendemos que eliminar la mención de los motivos de la oferta redundaría en una cierta inseguridad para el consumidor o comprador. Por esa razón, nos parece que debe mantenerse.

Además, creemos que, en este caso, el Grupo Popular debería ser coherente con el interés legítimo, manifestado en la enmienda anterior, de mantener la expresión «de una manera cualquiera». Entiendo que esta expresión pretende que no se produzca engaño en forma alguna y

una forma de engaño, en este caso, además, por omisión, sería eliminar los motivos de la oferta.

En cuanto a la enmienda número 95, defendida por el señor Elorriaga, debo recordarle un viejo principio de la dialéctica medieval, que rezaba «quod nimis probat nihil probat». No menciona usted la posibilidad de que un coche del cual se haga publicidad tenga entre sus posibles resultados el de la infracción de normas de tráfico, cuando efectivamente es así. En cualquier caso, en lo que nosotros debemos fijar nuestra atención es en ver si en la publicidad se ha ofrecido al público la posibilidad de confiar en un resultado que luego no va a producirse. No estamos hablando de los resultados que en general pueden obtenerse de un producto, sino de los que se mencionan en una acción publicitaria. Efectivamente, es justo que haya un control de verdad —si se permite la expresión— sobre los resultados que, según la publicidad, puedan esperarse, y que no se produjeran, de un determinado producto. Además, debo decir al señor Elorriaga que en la Propia Directiva de la Comunidad Europea figura también este concepto como uno de los que deben mantenerse, para efectuar el control de un posible engaño publicitario.

El señor **PRESIDENTE**: Sometemos a continuación a votación las diferentes enmiendas; en primer lugar, las de Coalición Popular. (El señor Huidobro Díez pide la palabra.)

¿Para turno de réplica, señor Huidobro?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: No, señor Presidente. Es únicamente para, siguiendo las instrucciones de la Presidencia, decir que nos gustaría que se votara conjuntamente con nuestras enmiendas la número 44 del señor Mardones.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Huidobro.

Sometemos, por consiguiente, a votación las enmiendas números 95 y 104 de Coalición Popular y la enmienda número 44 del señor Mardones. ¿S. S. tiene inconveniente en votar también conjuntamente las enmiendas números 80, del PNV, y 64 del señor Zarazaga?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Sí, señor Presidente, hay inconveniente.

El señor **PRESIDENTE**: Perfectamente.

Sometemos pues a votación las enmiendas números 95 y 104 de Coalición Popular y la 44 del señor Mardones.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 15; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

Sometemos a continuación a votación las enmiendas números 80, del PNV, y 64 del señor Zarazaga.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Vo-**

tos a favor, uno; en contra, 15; abstenciones, cinco.

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

Sometemos a continuación a votación el artículo 5.º (El señor Huidobro Díez pide la palabra.)

¿Señor Huidobro, de qué apartado solicita votación separada?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Del número 1.d) y del número 4, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Se pueden votar conjuntamente el número 1.d) y el número 4?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Sí, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: Votamos el artículo 5.º, con excepción de la letra d) del número 1 y del número 4.

Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 17; en contra, tres; abstenciones, una.

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 5.º con la citada excepción de la letra d) del número 1. y del número 4.

A continuación, sometemos a votación la letra d) del número 1 y el número 4. (El señor Huidobro Díez pide la palabra.)

Tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Perdón señor Presidente, pero no sé lo que estamos votando.

El señor **PRESIDENTE**: Estamos votando las dos excepciones del artículo 5.º que S. S. ha solicitado que se votaran separadamente.

Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 19; abstenciones, tres.

El señor **PRESIDENTE**: Creo que por parte de Coalición Popular ha habido un error acerca de las votaciones efectuadas. Estamos votando ahora, señores de Coalición Popular, la letra d) del número 1 y el número 4, del artículo 5.º, que SS. SS. pidieron que se votaran separadamente.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Yo creía que se votaba todo menos eso.

El señor **PRESIDENTE**: Es justamente lo contrario. De todas maneras lo volvemos a someter a votación, si SS. SS. quieren (Pausa.)

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Creo que el error ha quedado perfectamente aclarado y que se ve que nuestros votos son en contra de los números 1.d) y 4.

El señor **PRESIDENTE**: Por consiguiente, estos apartados quedan aprobados con 19 votos a favor, ninguno en contra y tres abstenciones, con lo cual queda votado y

aprobado en su totalidad el artículo 5.º (El señor Pardo Montero pide la palabra.)

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: Perdón, señor Presidente, creo que se produce un nuevo error, porque necesariamente tiene que haber dos votos a favor, los de los representantes de Coalición Popular.

El señor **PRESIDENTE**: Por eso hay 19 votos a favor y no 17. No hay esos dos votos porque han votado mal. Ya consta que se han equivocado en el sentido del voto, pues no hemos repetido la votación.

Por consiguiente, pasamos a discutir el artículo 6.º, al cual se han presentado, por parte de Coalición Popular, las enmiendas números 105 y 106. Para la defensa de estas enmiendas, tiene la palabra el señor Huidobro.

Artículo 6.º

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: De la enmienda 105, una parte ha sido aceptada, que es la que se refiere al apartado b) de dicho artículo 6.º

En el apartado a) pretendemos sustituir la redacción del proyecto con una nueva. En el proyecto se dice que es publicidad desleal «la dirigida fundamentalmente a ocasionar el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona o empresa o de sus productos o actividades». Nuestra pretensión no es, ni más ni menos, aun cuando parece que no tiene ninguna importancia, que decir que la consideración que ha de tenerse en cuenta para ver si la publicidad es desleal no es la voluntad o intención de quien la realiza, del anunciante, sino de los elementos objetivos de esa publicidad. Se dice que es publicidad desleal la dirigida fundamentalmente a..., con lo cual habría que entrar a catalogar cuál ha sido la voluntad del anunciante al realizar esa publicidad. Nuestra pretensión es que se tenga en cuenta que es desleal la que por su contenido, forma de presentación o difusión provoca los mismos efectos. Nuestra enmienda no tiene más pretensión que ésta y creemos que está más de acuerdo con lo que se ha estado proponiendo en otras enmiendas. Que no se tienda a ver, por lo difícil que en muchas ocasiones sería, cuál es la voluntad de quien realiza la publicidad, sino los elementos que contiene esa publicidad, para valorar si es o no desleal. (El señor Vicepresidente, Luna González, ocupa la Presidencia.)

La enmienda 106 se refiere al apartado c) del artículo 6.º Después de hablar en dicho apartado c) de la publicidad comparativa que se realiza en forma desleal se dice que la obligación de prueba de la verdad del anuncio comparativo corresponderá al anunciante. Es decir, que, cuando una persona realiza una publicidad haciendo referencia a otros bienes o servicios que se encuentren en el mercado, debe probar que lo que él está diciendo es verdad en cuanto se le presente una denuncia diciendo que su publicidad es ilícita. Entendemos que esto viene a trastocar el sentido que las normas procesales de nuestro Derecho mantienen en cuanto a la carga de la prueba. La

carga de la prueba, como norma general en nuestro Derecho, se impone a aquél que pide una cosa. Por lo tanto, quien pide que se declare que una publicidad comparativa es ilícita por ser desleal, deberá soportar la carga de la prueba y acreditar que en esa publicidad concurren algunas de las causas de deslealtad previstas en esta ley.

Trasladar al denunciado, al demandado, la necesidad de probar que lo que dice es verdad, supone un cambio en este principio general que entendemos que no se justifica en el presente supuesto. No se justifica no sólo porque no vemos razones suficientes para que así sea, sino por los posibles perjuicios que esta alteración de la carga de la prueba puede suponer. Estos perjuicios son, fundamentalmente, que cualquiera que intente hacer daño a un competidor puede hacerlo, en virtud de este principio. Basta con que presente una demanda o una denuncia de ilicitud de una publicidad, con lo cual, de acuerdo con las normas que vamos a ver al final de esta ley, podrá producir incluso el cese de la actividad publicitaria durante un tiempo determinado, puesto que le carga una prueba que a veces va a ser muy difícil de demostrar, sobre todo tal como va a quedar, cuando la prueba puede depender de elementos negativos; pueden ser elementos que se hayan silenciado u otros que acabamos de ver en este momento, como el resultado perseguido u otros de los que hemos hablado en enmiendas anteriores, y puede dar lugar a que de esta manera sí que se haga una publicidad ilícita. Atacando una publicidad que se está realizando y provocando un pleito se puede llegar a impedir que un producto o un bien salga al mercado de la manera que había pretendido su primer anunciante, dando una ventaja a un competidor. Es decir, se puede utilizar este procedimiento precisamente para conseguir una competencia desleal.

Nada más, señor Presidente.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Para turno en contra, tiene la palabra el señor Del Pozo.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Intervengo no para un turno en contra, sino para manifestar la aceptación sin más de la enmienda 105, que efectivamente mejora la redacción del texto que viene de Ponencia y en el mismo sentido respecto a la abundante argumentación referida a la enmienda 106, que coincide con las enmiendas 73 de la Democracia Cristiana, 83 del Grupo Vasco y 139 de Minoría Catalana. Estamos de acuerdo en que se mantenga el principio general y que sea el juez quien proponga la aportación de pruebas y decida sobre las mismas.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Entiendo que su posición es de aceptación de las enmiendas 105, 106, 139, 83 y 73.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: Efectivamente, porque todas proponen la supresión.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Sometemos a votación conjunta las enmiendas 105, 106, 139, 83 y 73.

**Efectuada la votación, fueron aprobadas por unanimidad.**

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Quedan aprobadas. Votamos ahora las enmiendas 81 y 82, del Grupo Parlamentario PNV.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 17; abstenciones, una.**

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Quedan rechazadas.

Sometemos a continuación a votación las enmiendas 72 de la Democracia Cristiana, 65 del señor Zarazaga y 45 del señor Mardones, todas ellas del Grupo Mixto.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 17; abstenciones, una.**

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Quedan rechazadas.

Votamos el texto del artículo 6.º, con las enmiendas que han sido aprobadas en votación anterior.

**Efectuada la votación, fue aprobado por unanimidad.**

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Queda aprobado.

A continuación pasamos al debate del artículo 7.º del Artículo 7.º proyecto de Ley.

Para la defensa de la enmienda 107, del Grupo Parlamentario Coalición Popular, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Al hacer referencia a la supresión de la publicidad ilícita, de la publicidad subliminal, hemos hecho ya referencia a nuestra postura en esta materia. Por tanto, vamos a mantener la enmienda y no hacemos otro tipo de defensa más que la hecha ya en su momento.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Para turno en contra, tiene la palabra el señor Del Pozo.

El señor **DEL POZO I ALVAREZ**: En estricta correspondencia y simetría con la actitud del señor Huidobro, doy por reproducidos mis argumentos anteriores.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): La Presidencia se lo agradece.

Para la defensa de la enmienda número 5 tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: De hecho, la enmienda ya ha sido aceptada en el sentido, aunque no en la redacción. Lo que pasa es que tal y como lo expresa el texto de la Ponencia tiene un contenido tan técnico que a nosotros se nos escapa y no podemos entrar en esta cuestión. Por

consiguiente, «ad cautelam», mantenemos la enmienda simplemente para votación.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): ¿Señor Del Pozo? (Pausa.) No quiere consumir el turno en contra.

Por tanto, sometemos a votación todas las enmiendas vivas a este proyecto, que son la 107, 142, 84, 5 y las del Grupo Mixto que son la 74, 66 y 46.

¿Hay algún inconveniente en que se voten conjuntamente? Ninguno. Votamos por tanto el texto de todas estas enmiendas.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, cinco; en contra, 15.**

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Quedan rechazadas.

Pasamos a votar ahora el texto del artículo 7.º del proyecto de ley.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 14; en contra, tres; abstenciones, dos.**

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Queda aprobado el texto del artículo 7.º del proyecto de Ley.

Artículo 8.º El artículo 8.º, si no me fallan los datos que me ha facilitado el señor Presidente, no mantiene ninguna enmienda en condiciones de ser debatida o sometida a votación. (El señor Huidobro Díez pide la palabra.) Señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, yo creo que el artículo 8.º tiene muchas enmiendas.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Si SS. SS. son tan amables, díganme cuáles son las enmiendas que permanecen vivas.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: El párrafo 1.º, que tiene los números 16, 32, 47, 85, 143, 107 bis; el párrafo 2.º, la 86; el párrafo 2.º a), la 108; el párrafo 3.º, la 109... Y no sigo enumerando, pero hay más.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Según los datos del Presidente, insisto, esas enmiendas estaban retiradas o aceptadas.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Por lo que se refiere a las enmiendas del Grupo Popular, no es así. Sí que es cierto que yo tengo pensado retirar una, pero lo he decidido esta mañana.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): Si S. S. quiere la palabra, la tiene para defender sus enmiendas. Yo le rogaría que citara antes de empezar su intervención cuáles son exactamente las que permanecen vigentes, del Grupo Parlamentario de Coalición Popular.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: La 107 bis, que se refiere

al artículo 8.º.1, párrafo 3. La número 108, efectivamente, está aceptada. Las números 109 y 110 permanecen, y la número 111 es la que retiro en este momento. Por tanto, defenderé las números 107 bis, 109 y 110.

La número 107 bis y la número 109 se refieren a lo mismo. En el número 1 se dice: «La publicidad de materiales o productos sanitarios y de aquellos otros sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias, así como la de los productos, bienes, actividades y servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas o de su patrimonio, o se trate de publicidad sobre juegos de suerte, envite o azar, podrá ser regulada por sus normas especiales o sometida al régimen de autorización administrativa previa.» Este «o sometida al régimen de autorización administrativa previa» es lo que constituye el objeto de nuestra enmienda, ya que pretendemos que se suprima.

En cuanto a la enmienda número 109, lo que se pretende es suprimir de este artículo precisamente el procedimiento para la concesión de esta autorización administrativa previa, que comprende todo el número 3: «El otorgamiento de autorizaciones habrá de respetar los principios de competencia leal, de modo que no pueda producirse perjuicio... La denegación de solicitudes deberá ser motivada. Una vez vencido el plazo de contestación...»

Es decir, en el número 1 se propone la necesidad de la autorización administrativa previa para poder realizar la publicidad de determinados productos o materias, y en el número 3 se propone el procedimiento. Nosotros pretendemos, con nuestras enmiendas, la supresión de ambos.

¿Por qué proponemos esta supresión? Si ya se hace referencia en este número 1 a la necesidad de que la regulación de la publicidad sobre estas materias se haga por medio de unas normas especiales, en esas normas especiales que regulen esta publicidad deberán contenerse todos los elementos que la publicidad debe comprender, tanto de carácter subjetivo como de carácter objetivo, e incluso haciendo referencia a los medios a través de los cuales la publicidad se puede llevar a cabo.

Si las normas que se dicten sobre esta materia, y que algunos Grupos han solicitado que sean normas legales, contienen los elementos de manera completa, la autorización administrativa previa no viene a añadir nada más que un elemento de discrecionalidad en la Administración, porque prácticamente viene a conceder una autorización para realizar esta publicidad. Creemos que con las normas especiales que regulen esta publicidad es más que suficiente para que este control de la publicidad se lleve a cabo.

Por otra parte, está en contradicción con el número 4 de este artículo 8.º, porque en dicho número se dice: «Los productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, destinados al consumo de personas y animales, solamente podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidos en las normas especiales que los regulen.»

Creemos que tienen tanta importancia los materiales que afectan a la seguridad de la vida y del patrimonio y a los juegos de suerte, envite y azar como aquellos que se

refieren a productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos destinados al consumo de personas y animales. Por tanto, si en estos supuestos se admite la posibilidad de una regulación especial, determinando los casos, formas y condiciones en que se ha de hacer, no vemos por qué tiene que haber un criterio distinto en los otros productos o materias enumerados en el número 1.

En definitiva, creemos que debe desaparecer este requisito, porque viene a introducir un elemento de discrecionalidad en la Administración para llevar a cabo la publicidad, y que el control que sobre dicha publicidad puede realizarse, se puede hacer de todas formas con el contenido de ese número 1, suprimiendo la autorización previa, y mediante una regulación que, como decimos, piden algunos Grupos que sea de carácter legal. De esa manera quedaría perfectamente controlada la publicidad que puede afectar a la seguridad personal y patrimonial, y se evitaría la discrecionalidad que en otro caso introduciría este párrafo, cuya supresión pretendemos.

La enmienda número 110 se refiere al número 4 de este artículo 8.º Lo único que pretendemos con ella es modificar la enumeración que se hace de los productos para los que se necesita una regulación especial en la que se fijan los casos, formas y condiciones establecidos para la publicidad.

El proyecto dice: «estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos, destinados al consumo de personas y animales», y nuestra enmienda pretende introducir: «productos nocivos, tóxicos, estupefacientes, psicotrópicos, farmacéuticos, incluidos los dietéticos y cosméticos destinados al uso o consumo de personas y animales...» No tiene más trascendencia esta enmienda. Así como la anterior, desde nuestro punto de vista, afecta a un principio fundamental de los que contiene esta ley, ésta no incluye nada más que la enumeración o la inclusión, dentro de dicho número, de unos productos que no están recogidos en el texto del proyecto de Ley.

El señor **VICEPRESIDENTE** (Luna González): ¿Desea el señor Pardo Montero defender sus enmiendas números 6, 7 y 8? (**Asentimiento.**)

Tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: Simplemente, para defender las enmiendas números 6 y 7, relativas a la supresión de los apartados 4 y 5 de este artículo 8.º, por entender que la regulación de los mismos ya viene hecha en el artículo 1.º, que hace referencia a legislaciones especiales. Por tanto, constituye, a nuestro entender, una reiteración. (**El señor Presidente ocupa la Presidencia.**)

En cuanto al apartado 6, enmienda número 8, estimamos que, aparte de responder a una sistemática no demasiado adecuada referirse en esta ley a otra, cual es la General de Sanidad, y hablar de la posible tipificación, que no se concreta, de las infracciones que se puedan derivar de la conculcación de actividades sujetas a la presente, lo cual lleva implícitamente dejar abierta la tipificación y aun la inseguridad jurídica; por consiguiente, solicitamos la supresión de este apartado. A nosotros nos parece que

las normas no pueden generar inseguridad; una tipificación específica debe hacerse patente en la presente ley y, de ser abordadas en leyes distintas, será por una modificación a la misma y no desde este proyecto de ley.

El señor **PRESIDENTE**: Para turno en contra, tiene la palabra el señor Gimeno.

El señor **GIMENO MARIN**: Señor Presidente, empezando por una parte de las enmiendas defendidas por la Agrupación Liberal conjuntamente con el Grupo Parlamentario Popular, porque tienen el mismo contenido, y otras relativas al apartado 6, empezando por el final, quiero decir que, dadas las características de este artículo, que se refiere fundamentalmente a toda la serie de productos que vienen regulándose en el desarrollo de lo que es el Código Alimentario, las llamadas reglamentaciones técnico-sanitarias, la técnica normal legislativa que se ha utilizado es la de regulación reglamentaria; no mediante ley, sino mediante reglamento, precisamente por la complejidad técnica y en evolución permanente de lo que significan esos reglamentos. Tengan en cuenta SS. SS. que si cogen la documentación anexa que se ha aportado a este estudio de la ley de publicidad, hay más de cien normas que podrían verse afectadas si utilizáramos la técnica de ley, la técnica legislativa, y no la normativa. En ese sentido, cuando se habla aquí de tipificación de hechos sancionadores, forzosamente tiene que hacerse una serie de remisiones a todas las normas dentro de esas reglamentaciones técnico-sanitarias que recogen aspectos de publicidad, porque si no, sería muy difícil su consideración, sin tener en cuenta lo que ya se planteó en la Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios, en la Ley de Sanidad, sobre tipificación de infracciones, y las normas que continúan en vigor al respecto. Nosotros, por ello, creemos que es mejor dejar el apartado 6.

Respecto a los planteamientos de la supresión de lo que es la autorización previa, no sólo creemos que la técnica administrativa en este área es conveniente, sino que nos parece necesaria y difícil no utilizarla. También reconocemos, en aproximación de las posiciones que mantenía el Grupo Popular, que lógicamente existe una tendencia restrictiva respecto a estos planteamientos de autorización administrativa previa, aunque están reconocidos y recogidos por el artículo 8.º; lo están, porque lo que abunda son las normas que regulan, incluso, aspectos publicitarios, dentro de lo que son las reglamentaciones técnico-sanitarias o demás normas que regulan los múltiples aspectos que afectan a lo que se dice en el artículo 8.º, que es todo lo que de alguna manera viene recogido en su espíritu en el artículo 51 de la Constitución, cuando habla de la defensa de los intereses de los consumidores y de los usuarios. Por ello, no sólo se habla del derecho a la salud, sino que se habla también de intereses económicos que puedan verse afectados en alguna de las cuestiones.

Creemos que la técnica de la autorización administrativa, ya recogida en la Ley General de Sanidad, me parece en el artículo 102, cuando habla de la posibilidad de publicidad, dirigida tanto a profesionales como al ciuda-

dano, sobre temas farmacéuticos, viene siendo la técnica normal que se ha venido aplicando en este país.

Nos parece que en esta ley, con la fundamentación que se plantea aquí, de alguna forma viene recogido el principio de legalidad para esa autorización, reconociendo que esa autorización sólo va a producirse normalmente en supuestos singulares y de especial repercusión posible sobre la salud, sobre los intereses o sobre los derechos de los ciudadanos. En ese sentido, nosotros creemos que es mejor mantener el instrumento de la autorización administrativa, sabiendo que significa una de las técnicas de la limitación administrativa de derechos, con todos los planteamientos que ello conlleva, limitaciones que, en cualquier caso, en la medida de lo posible, se pretende que sean regladas, aunque indudablemente la Administración puede utilizar criterios más o menos discrecionales, pero dentro de los límites que se establecen en el propio artículo 8.º

Nosotros preferimos mantener, en principio, esas dos posibilidades de normativa especial y de autorización administrativa previa como alternativa, que de alguna manera tiene que ser regulada en esas normas especiales. Por eso no es contradictorio con el apartado 4, cuya supresión también se plantea, y creemos que aunque desde un planteamiento muy general podría pensarse que está incluido en el artículo 1.º, no creemos que sea contradictorio, y tiene una especial significación por su propio contenido; es decir, estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos tienen una definición y una concepción especial en estos momentos, que se traducen, incluso, en normas y en convenios a nivel internacional. Como consecuencia, creemos que es mejor mantener el apartado 4 con esa especificidad respecto a productos estupefacientes, psicotrópicos y medicamentos y que, aunque habla de que se va a regular en normas, eso no impide que para estos supuestos también se exijan técnicas como la de autorización administrativa previa, que pueden ser establecidas en las mismas.

Como han sido retiradas algunas otras enmiendas relativas al tabaco y al alcohol por el Grupo Parlamentario Popular, mi Grupo no tiene nada más que decir por el momento. Nos oponemos a las enmiendas que han sido defendidas.

El señor **PRESIDENTE**: Para un breve turno de réplica, tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: Señor Presidente, no voy a replicar. Simplemente retirar la enmienda número 8 al apartado 6. Mantengo las otras dos enmiendas.

El señor **PRESIDENTE**: El señor Navarrete tiene la palabra.

El señor **NAVARRETE MERINO**: Para una cuestión de estilo, señor Presidente.

El párrafo 5 dice: «Se prohíbe la publicidad de tabaco y bebidas con graduación alcohólica superiores a 23º centesimales...»

El señor **PRESIDENTE**: Señor Navarrete, ¿le importaría hacer las precisiones cuando vayamos a votar el artículo y que votemos, en primer lugar, las enmiendas? Es por ordenar los temas.

El señor **NAVARRETE MERINO**: De acuerdo, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Navarrete. Vamos a someter a votación las diferentes enmiendas presentadas por SS. SS. a este artículo 8.º  
¿Desea el señor Huidobro votación separada?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, de las enmiendas del Grupo Parlamentario Popular que han quedado reducidas a las 107 bis, 109 y 110, porque la 108 había sido aceptada y la 111 la hemos retirado.

El señor **PRESIDENTE**: Sometemos, en primer lugar, a votación las enmiendas números 107, 109 y 110, del Grupo Parlamentario de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 15; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas. A continuación, sometemos a votación las enmiendas números 6 y 7, del señor Pardo Montero, del Partido Liberal.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 15; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas. A continuación, sometemos a votación las enmiendas números 16 y 17, del Grupo Parlamentario del CDS; 143 y 144, de Minoría Catalana; 85, 86, 87 y 88, del Grupo Parlamentario Vasco, PNV; 134, de la Agrupación de Izquierda Unida-Esquerri Catalana, y 47 y 48, del señor Mardones Sevilla.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 15; abstenciones, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas. Seguidamente, vamos a someter a votación el artículo. Tiene la palabra el señor Navarrete, para la precisión de estilo que deseaba efectuar.

El señor **NAVARRETE MERINO**: Señor Presidente, sugiero, donde se prohíbe la publicidad de tabacos, añadir, coma, «y la bebida con graduación alcohólica superior a 23 grados centesimales», porque la condición referente a la graduación alcohólica hay que entenderla sólo con relación a la bebida y no con relación al tabaco, obviamente.

El señor **PRESIDENTE**: Efectivamente, con relación al tabaco sería la graduación nicotínica y alquitránica.

Nos estamos refiriendo al número 5, del artículo 8.º ¿No hay ningún inconveniente a la precisión efectuada por el señor Navarrete?

La referencia que ha hecho la Presidencia no tiene nada que ver.

Quedaría así el apartado 5, del artículo 8.º: «Se prohíbe la publicidad de tabacos y la de bebidas con graduación alcohólica superior a 23 grados centesimales, por medio de la televisión.» ¿Estamos de acuerdo? ¿El señor Huidobro desea hacer alguna otra precisión?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Pido votación separada de los números 1, 3 y 4, de este artículo 8.º Se pueden votar conjuntamente el 1 y el 3, y el 4 aparte.

El señor **PRESIDENTE**: En primer lugar votamos los números 2, 5 y 6 del artículo 8.º

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan aprobados. Sometemos, a continuación, a votación los números 1, y 3.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 15; en contra, tres; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan aprobados. Sometemos a votación, a continuación, el apartado 4.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 15; abstenciones, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el apartado 4 del artículo 8.º, y con ello votado y aprobado todo este artículo, según el informe de la ponencia.

Artículo 8.º bis Hay dos enmiendas a un artículo 8.º bis, nuevo, que proponen la Agrupación del PDP y la Agrupación de Izquierda Unida-Esquerria Catalana. Las enmiendas son la número 76 y la 135, que vamos a someter a votación.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 15; abstenciones, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas 76, de la Agrupación de Diputados de la Democracia Cristiana, y la 135, de Izquierda Unida, que propugnaban la creación de un artículo 8.º bis, nuevo.

Artículo 9.º A continuación, entramos en el Título III, de la contratación publicitaria. El artículo 9.º tiene únicamente dos enmiendas, la número 112, de Coalición Popular, y la número 49, del señor Mardones.

Para la defensa de la enmienda número 112, de Coalición Popular, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Dice el texto de la ponencia que los contratos publicitarios se regirán por las normas contenidas en el presente Título y, en su defecto, por

las reglas generales del Derecho común. Y, a continuación dice: Lo dispuesto en el mismo será de aplicación a todos los contratos publicitarios, aun cuando versen sobre actividades publicitarias no comprendidas en el artículo 2.º

Nuestra pretensión es, teniendo en cuenta que en este Título se habla de la contratación publicitaria, de que ésta debe regirse por las normas de Derecho común y que esta ley viene a regular, dentro de la actividad privada, una actividad determinada con características especiales, que diga que los contratos publicitarios se regirán por lo pactado entre las partes contratantes por las normas contenidas en el presente Título y, en su defecto, por el Derecho común.

Hacemos referencia a lo pactado por las partes contratantes, en primer lugar, porque dentro de nuestro Derecho, especialmente dentro del Código Civil, hay una norma, la 1.255, que no ha sido derogada y que sigue vigente, que inspira la mayor parte de la contratación en nuestro Derecho, que dice que los contratantes pueden establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por convenientes, siempre que no sean contrarias a la ley, a la moral o al orden público. Por tanto, estos pactos son los que deben regir, en principio, las relaciones entre anunciantes, agencias y medios de publicidad.

Por otra parte, hacemos referencia a que, en este proyecto de ley, en varios de sus artículos, se hace referencia a haber contravenido lo pactado. Es decir, se sanciona de alguna manera especial cuando el pacto no ha sido respetado. Una de las consecuencias que tiene este incumplimiento de lo pactado es pedir el resarcimiento de los daños y perjuicios, pedir la resolución del contrato o, a veces, pedir que se cumpla el contrato de acuerdo con lo pactado.

Es por ahí por donde va nuestra enmienda. Entendemos que la referencia al Título especial y al Derecho común es suficiente. En todo caso creemos que mejora sustancialmente o, por lo menos, deja patente que sigue vigente en nuestro Derecho la libertad de pactos en la contratación de materias como es ésta, en la que no existe razón especial para someterla a unos principios generales distintos; en todo caso, habría que modificar también el artículo 1.255 del Código Civil.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra, en nombre del Grupo Socialista, el señor Jover, para un turno en contra.

El señor **JOVER PRESA**: Para oponerme en nombre del Grupo Parlamentario Socialista a la enmienda número 112, defendida por el Señor Huidobro.

Es cierto que la autonomía de la voluntad de las partes constituye un principio general en el ámbito del Derecho privado, no en el ámbito de todo el ordenamiento jurídico como dice la justificación escrita de la enmienda del Grupo Popular, pero es cierto que en el ámbito del Derecho privado esto constituye un principio general, aunque hay que decirlo muy claramente, no un principio que tenga carácter absoluto.

Yo también quería citar el artículo 1.255 del Código Ci-

vil que ha leído el señor Huidobro. El propio artículo dice que la autonomía de la voluntad de las partes queda limitada por lo prescrito por la ley. Los pactos contrarios a la ley no tienen ningún tipo de fuerza. Pues bien, aquí estamos haciendo una ley. Aquellos pactos que sean contrarios a la ley que estamos haciendo no cuentan. Lo contrario es lo que pretende el señor Huidobro, porque pone por delante, como principio, la voluntad de las partes; después vendría lo establecido por las normas contenidas en el presente Título y, en su defecto, por el Derecho común.

No me parece que sea lo más adecuado, entre otras cosas porque si bien es cierto que la actividad publicitaria que regula este proyecto de ley es una actividad libre, eso no quiere decir que no esté justificado el establecimiento de límites por parte del legislador. A veces, hay bienes jurídicos que necesitan ser protegidos y esta protección de estos bienes jurídicos ha de pasar por encima de la simple voluntad de las partes. No olvidemos, por ejemplo, que en esta ley se están regulando cuestiones que afectan incluso a derechos fundamentales (el derecho de los consumidores usuarios, por ejemplo, a la información veraz), a actividades conexas con la libertad de empresa reconocida como derecho fundamental por el artículo 38 de la Constitución. Por tanto, nos parece que las previsiones establecidas en el Título III de ninguna manera pueden quedar por debajo de la libre voluntad de las partes.

Por lo demás, como el señor Huidobro sabe muy bien, se trata de previsiones mínimas, muy genéricas, de sentido común. Por tanto, no creo que se vaya a producir nunca ningún tipo de conflicto en este aspecto. Por todo ello, señor Presidente, vamos a oponernos a esta enmienda.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Jover.

El señor Huidobro tiene la palabra para un brevísimo turno de réplica. Vamos por el artículo 9.º

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: No, señor Presidente es, para retirar la enmienda, puesto que, quedando claro que estas limitaciones son las mínimas y que estas normas van a ser regidas por el artículo 1.255 del Código Civil, me doy por satisfecho y retiro la enmienda.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias. Por tanto, tenemos que someter a votación la enmienda número 49, del señor Mardones, que es la única que queda a este artículo.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 15; abstenciones, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada. A continuación votamos el artículo 9.º

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado.

A continuación, el artículo 10 tiene presentadas únicamente dos enmiendas, la 145 de Minoría Catalana y la 50

del señor Mardones, enmiendas que mantenemos a los solos efectos de su votación.

El señor Huidobro tiene la palabra.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, simplemente para una corrección; en el texto que tengo de la Ponencia, en el párrafo tercero, se repite exactamente el párrafo segundo. Digo como figura: «Tendrán la consideración de medios de publicidad las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a crear, preparar, programar o ejecutar publicidad por cuenta del anunciante.» Creo que es un simple error de transcripción.

El señor **PRESIDENTE**: Efectivamente, así lo parece.

Mientras el Grupo Socialista va analizando el error de transcripción y procede luego a la lectura correcta de cómo queda el último párrafo del artículo 10, vamos a someter a votación las enmiendas 145 de Minoría Catalana y 50 del señor Mardones.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 16; abstenciones, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

A continuación, vamos a someter a votación el artículo 10. ¿Cómo quedaría el último párrafo, señorías?

Proceda a leerlo, señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: Yo creo que tendría que quedar de la siguiente manera: «Tendrán la consideración de medios de publicidad las personas naturales o jurídicas» y a continuación diría «que, de manera habitual y organizada, se dediquen a la difusión de publicidad a través de los soportes o medios de comunicación social cuya titularidad ostenten.» Yo creo que, al hacer la doble columna entre el texto del proyecto y el informe de la Ponencia, hubo un error mecanográfico y se colocó a partir de esta frase lo que era el segundo apartado, y no el tercero.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Públicas o privadas.

El señor **JOVER PRESA**: No, personas naturales o jurídicas que, de manera habitual y organizada, se dediquen a la difusión de publicidad a través de los soportes o medios de comunicación social cuya titularidad ostenten. Esto es lo que decía el texto del proyecto.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Públicas o privadas no?

El señor **JOVER PRESA**: Al menos eso no lo decía el texto del proyecto, y no ha sido objeto de enmienda. (Pausa.) Es cierto, es cierto. Entonces diría públicas y privadas.

El señor **PRESIDENTE**: Entonces, el artículo 10 queda sin modificación en sus tres primeros párrafos, y el último párrafo quedaría redactado de la siguiente manera: «Tendrán la consideración de medios de publicidad las

personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, que de manera habitual y organizada se dediquen a la difusión de publicidad a través de los soportes o medios de comunicación social cuya titularidad ostenten.» En este sentido, lo sometemos a votación.

**Efectuada la votación, quedó aprobado por unanimidad.**

Artículo 11 El señor **PRESIDENTE**: El artículo 11 no tiene enmiendas. Lo sometemos a votación.

**Efectuada la votación, quedó aprobado por unanimidad.**

Artículo 12 El señor **PRESIDENTE**: El artículo 12 tiene presentadas dos enmiendas, la 113, de Coalición Popular, y la 51, del señor Mardones.

Para la defensa de la enmienda número 113 tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Está asumida, señor Presidente. Está aceptada.

El señor **PRESIDENTE**: Por consiguiente, sometemos únicamente a votación la enmienda número 51, del señor Mardones.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 17; abstenciones, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada. Sometemos a votación el artículo 12.

**Efectuada la votación, fue aprobado por unanimidad.**

Artículos 13 y 14 El señor **PRESIDENTE**: A continuación, votamos los artículos 13 y 14, que no tienen presentadas enmiendas.

**Efectuada la votación, fueron aprobados por unanimidad.**

Artículo 15 El señor **PRESIDENTE**: Al artículo 15 hay presentadas dos enmiendas por Coalición Popular, las números 96 y 114. Para la defensa de estas enmiendas, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, defenderé la 114 y la 96 la defenderá el señor Elorriaga.

Pretende la enmienda 114 dar una definición más completa, que reúna todas las características que debe reunir la definición de un contrato. Un contrato existe desde que una o varias personas consienten en obligarse respecto de otra u otras sobre alguna cosa, o a prestar algún servicio. En el texto del proyecto se dice que el contrato de publicidad es aquél por el que un anunciante encarga a una agencia de publicidad, mediante una contraprestación, la ejecución de publicidad y la creación, preparación o programación de la misma.

Entendemos que no existe aquí una verdadera adquisición del compromiso o la obligación por parte del anunciante; parece ser que lo único que hace es encargar, y no adquiere por su cuenta ninguna otra obligación; mediante una contraprestación, sí.

Por eso, nuestro Grupo proponía, siguiendo la forma en que en el Código Civil se definen los contratos: «Por el contrato de publicidad, una de las partes» —se puede añadir «llamada anunciante»— «se obliga a crear, preparar, programar y, en su caso, ejecutar una campaña de publicidad, y la otra», (que es la agencia de publicidad) «a pagar por ello un precio cierto».

Nuestra única finalidad es ésa, aclarar el concepto de contrato, porque creemos que en otro caso podría dar lugar a la no adquisición de obligaciones por una de las partes intervinientes en el contrato. No tiene otra finalidad nuestra enmienda.

Muchas gracias, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Huidobro.

Para la defensa de la enmienda número 96 tiene la palabra el señor Elorriaga.

El señor **ELORRIAGA FERNANDEZ**: Gracias, señor Presidente.

La enmienda propone la supresión de la frase «a una agencia de publicidad» en relación con el contrato.

El razonamiento es que esta referencia parece que hace que exclusivamente se pueda contratar a través de una agencia de publicidad; ignora la práctica mercantil por la cual casi la mitad de la inversión publicitaria en España se realiza directamente por el anunciante; salvo que se quiera convertir a las agencias en organismos de intervención obligatoria o monopolística de todo anuncio, suprimiendo la capacidad de contratación directa tradicional de los medios, la referencia carece de sentido. Yo creo que todos estamos acostumbrados a ver en la prensa y a oír en la radio, multiplicidad de anunciantes, de pequeños anunciantes, de anuncios por palabras, de pequeños comerciantes y pequeñas empresas, y conocemos la actividad de los agentes de publicidad directa de las revistas y de las emisoras de radio locales que consiguen por contratos entre el medio y el anunciante la publicidad; esto, en su conjunto, es una práctica extendidísima que significa un gran volumen. Por tanto, yo creo que se debería obviar la referencia a la agencia de publicidad, entendiéndose que el contrato es entre el anunciante y el anunciador, y que la función de la agencia intermediaria no es cuestión que deba definir o hacer exclusiva la ley.

Nada más, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Turno en contra? (**Pausa**). Tiene la palabra, en nombre del Grupo Socialista, el señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: Por lo que se refiere a la enmienda 114, defendida por el señor Huidobro, de verdad, no encuentro ninguna diferencia sustancial entre la redac-

ción que propone la enmienda y la que aparece en el informe de la Ponencia. Posiblemente, el señor Huidobro pensará —y está en su derecho de hacerlo— que la propuesta que él hace es, en técnica jurídica, más correcta. No lo sé, no quiero entrar en ese tipo de valoraciones, pero a nosotros nos gusta más el texto del informe de la Ponencia y por eso lo vamos a mantener. De todas formas, la propia justificación de la enmienda ya lo dice: Mejora técnica de redacción. No se trata de una cuestión de fondo.

Sin embargo, hay un aspecto en el que la enmienda sí aporta una cosa nueva. Ese aspecto parece que se ha escapado, aunque creo que es importante y es el que más nos lleva a rechazar la enmienda. Me refiero a que en su redacción se dice que por el contrato de publicidad, una de las partes se obliga a crear, preparar, programar y, en su caso, ejecutar una campaña de publicidad. Parece ser, según la enmienda propuesta por el Grupo Popular, que el contrato de publicidad entre un anunciante y una agencia siempre implica una campaña de publicidad. Me parece que eso no puede ser así. Creo que muchas veces ese contrato puede referirse a la simple publicación de un anuncio o de un conjunto de ellos, pero no a la preparación y programación de una campaña completa.

Desde este punto de vista yo creo que la enmienda, si se aceptase, tendría un contenido muy limitativo. Limitaría el contrato de publicidad entre un anunciante y una agencia sólo para los casos en que se propone o encomienda la elaboración de una campaña completa y, desde ese punto de vista, estaríamos limitando la posibilidad de contratos de publicidad en los que el anunciante no encarga la redacción de una campaña, sino la simple gestión de una serie de anuncios, que no forman en sí una campaña propiamente dicha.

Por todo ello, señor Presidente, nosotros vamos a votar en contra de la enmienda 114.

Por lo que se refiere a la enmienda número 96, yo creo que aquí debe haber un error, señor Elorriaga. Creo que ustedes no han entendido bien de lo que estamos hablando, porque si no no entiendo su argumentación. Por supuesto que, de ninguna manera, en el artículo 15 del informe de la Ponencia hay ningún deseo de convertir a las agencias de publicidad en organismos de intervención obligatoria y monopolística. En absoluto. Lo que sucede es que —piénselo usted bien, señor Elorriaga— en este artículo 15, el proyecto de ley lo que hace es regular un tipo de contrato, que es el contrato de publicidad, que liga necesariamente al anunciante con una agencia de publicidad. Otra cosa es el contrato de difusión publicitaria —ése es otro tema— y este contrato también puede hacerlo el anunciante directamente.

El contrato en virtud del cual un anunciante o una agencia va directamente a un medio para que publique una campaña o un anuncio también lo puede hacer el anunciante. Y no hay ninguna reserva en cuanto a las agencias de publicidad, lo que pasa es que ése es otro tipo de contrato: Es el contrato de difusión publicitaria, que está recogido en el artículo 19 y que, si usted lo lee, dice que también podrá ser un anunciante o una agencia el

que haga ese contrato directamente. Ahora, el contrato de publicidad es otra cosa, es siempre el que liga a un anunciante con una agencia.

Por tanto, desde ese punto de vista, yo creo, señor Elorriaga, que si usted repasa este tema se dará cuenta de que su enmienda —creo yo— está equivocada. No se da cuenta de que hay dos tipos de contratos: uno el contrato de publicidad, que siempre liga —repito— a un anunciante con una agencia, y otro, el contrato de difusión publicitaria, que liga a un anunciante o a una agencia con el medio de difusión propiamente dicho.

Señor Presidente, por todo ello, nosotros vamos a votar también en contra de esta enmienda.

El señor **PRESIDENTE**: El señor Elorriaga, en turno de réplica, tiene la palabra.

El señor **ELORRIAGA FERNANDEZ**: Yo quiero hacer un breve turno de réplica, porque entiendo que el que exista el contrato de difusión publicitaria diferenciado del contrato de publicidad, no quiere decir que no haya contratos de publicidad que no necesariamente se hagan a través de una agencia. Es decir, hay una figura, que es el agente de publicidad, que no es una agencia, que hace contratos de publicidad. Precisamente la confusión del texto es por hacer un contrato exclusivo para las agencias de publicidad. Entonces, no se debía llamar contrato de publicidad, sino contratación con agencias de publicidad y contratación con agentes o con particulares de publicidad.

Llamar a uno contrato de publicidad y a otro contrato de difusión publicitaria, me parece un eufemismo. Los dos son contratos de publicidad, uno con un individuo y otro con una entidad empresarial llamada agencia de publicidad. Y, o se cambian los títulos de las dos secciones o se aclara; pero verdaderamente de la lectura del artículo 15 se deduce que no hay más contrato, que tenga la denominación de contrato de publicidad que aquél que se hace a través de una agencia. El contrato de difusión publicitaria parece que es un contrato de segundo grado, en el que cabría efectivamente, la figura de un anunciante o de una agencia, pero insisto en que existe la figura del agente de publicidad distinta de la de la agencia. Hay una imprecisión que me obliga a mantener esta enmienda.

El señor **PRESIDENTE**: El Señor Jover, en turno de réplica, tiene la palabra.

El señor **JOVER PRESA**: Lamento no poder convencer al señor Elorriaga, pero repito lo dicho anteriormente.

Si es una cuestión de nombre, es otro problema. Si al señor Elorriaga la expresión de «contrato de publicidad» no le parece la más adecuada, podía haber mantenido una enmienda al respecto. Ahora bien, lo que está claro en el proyecto de ley es que hay dos tipos de Contratación en este sentido y que, por supuesto, un anunciante puede ir directamente a un medio a contratar, sin pasar por una agencia. Claro que puede hacerlo. Pero eso ya es un contrato de difusión publicitaria. Lo dice el artículo 19. En

ningún momento se dice en el proyecto de ley que los contratos de publicidad en general hayan de pasar necesariamente por una agencia. Si un anunciante lo quiere hacer directamente, lo hace, se salta la agencia y va al medio, pero esto es difusión publicitaria. El contrato que liga al anunciante con una agencia se le llama contrato de publicidad. No sé si el nombre es bueno o no. No voy a entrar en ese tema, porque creo que la cuestión queda bastante clara en el proyecto y no merece mayores argumentaciones.

El señor **PRESIDENTE**: A continuación vamos a someter a votación las enmiendas.

Votamos, en primer lugar, las enmiendas números 96 y 114, de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 17.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas números 96 y 114, de Coalición Popular.

A continuación sometemos a votación el artículo 15.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 17; en contra, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 15, según el informe de la Ponencia.

Artículo 16 A continuación sometemos a votación el artículo 16, al que no hay presentada ninguna enmienda.

**Efectuada la votación, fue aprobado por unanimidad.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado por unanimidad.

Artículo 17 Al artículo 17 están las enmiendas número 18, del CDS, y la número 115, de Coalición Popular, porque la número 52, del señor Mardones, figura como aceptada en el informe de la Ponencia. Por consiguiente, tenemos la enmienda número 18, del CDS, a efectos de su votación, y la enmienda número 115, de Coalición Popular. Para su defensa tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: En esta enmienda se trata de sustituir el texto del informe de la Ponencia por uno distinto. Tiene por finalidad ajustar la redacción de este supuesto a lo que inspiran las normas generales de contratación.

Se dice en el informe de la Ponencia: «Si la publicidad no se ajustase en sus elementos esenciales a los términos del contrato o a las instrucciones expresas del anunciante, éste podrá exigir una rebaja de la contraprestación o la repetición total o parcial de la publicidad en los términos pactados, con indemnización, en uno y otro caso...»

Creemos que es un supuesto que está contemplado ya en las normas generales del Derecho común, aplicables, por otra parte, porque así se ha dicho expresamente en uno de los artículos de este texto legal y, por tanto, si se quiere mantener un texto de estas condiciones, si se quiere

decir que si la publicidad hecha o redactada no se ajusta a lo pactado —en este mismo texto de la Ponencia se habla de lo pactado—, el anunciante podrá optar entre exigir la repetición total o parcial de la publicidad o una rebaja de la contraprestación o la devolución del precio pagado, lo que da derecho a cualquier otro tipo de contrato sinalagmático, es decir, a pedir que se cumpla como se había pactado —a lo que tiene derecho— o a pedir que se resuelva el contrato; y en ambos casos, puesto que así está establecido también en las normas generales, a pedir la indemnización por los daños y perjuicios causados como consecuencia de este incumplimiento.

Esta es la razón de que proponemos esa sustitución, que viene a coincidir con la justificación de otra enmienda que defenderé con posterioridad.

El señor **PRESIDENTE**: Para turno en contra, tiene la palabra el señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: Señor Presidente, mi intervención va a ser de una brevedad absoluta.

Yo creo que éste es uno de los casos en los que ciertamente conviene que esta ley, que es de carácter sectorial y regula la materia de la publicidad, introduzca alguna pequeña modificación respecto a lo que establecen las normas del derecho común. Es conveniente que sea así porque de esta manera nos ajustamos mucho más a lo que es la práctica habitual y la realidad en el tráfico mercantil de la publicidad.

Concretamente, yo diría que aparte de los temas a que se ha referido el señor Huidobro, se plantea una cuestión importante respecto a la diferencia entre el informe de la Ponencia y la enmienda, y es la referencia a las instrucciones expresas del anunciante. Es una de las causas establecidas por la Ponencia como elementos para considerar el no ajuste de los acuerdos establecidos.

Yo creo que conviene mantener esta referencia expresa a las instrucciones del anunciante, porque, repito, de esta manera estamos recogiendo la práctica mercantil. En todos los contratos de publicidad, sobre todo si implican el establecimiento de una campaña de publicidad importante a largo plazo, la relación entre anunciante y agencia de publicidad no se acaba con la firma de un contrato, sino que hay una relación constante y continua, en la que el anunciante da instrucciones a la agencia de publicidad, y parece importante que la agencia se ajuste estrictamente a esas instrucciones expresas. Si no se ajustase a estas instrucciones, sería una de las causas por la cual entrarían en aplicación las previsiones establecidas en este artículo 17.

Por todo ello, señor Presidente, nos parece conveniente mantener esta redacción, ya que se ajusta bastante más a las especificidades del tráfico mercantil en esta materia de publicidad.

El señor **PRESIDENTE**: Señor Huidobro, ¿existe algún inconveniente en que la enmienda número 18, del CDS, sea sometida a votación a la vez que la enmienda 115 de su Grupo? (**Denegación.**)

Puesto que no hay inconveniente, votamos las enmiendas números 18, del CDS, y la 115, de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres, en contra, 17 abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas citadas.

A continuación, sometemos a votación el artículo 17.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 17, según el informe de la Ponencia.

**Artículo 18** Pasamos a la discusión y votación de las enmiendas al artículo 18.

Se han presentado las enmiendas número 89, del Grupo Vasco - PNV, la número 116, de Coalición Popular, y las números 146 y 147, de Minoría Catalana, así como las enmiendas del Grupo Socialista, a las cuales no estamos haciendo referencia a lo largo de la discusión por haber sido siempre acogidas en el informe de la Ponencia.

Las enmiendas 146 y 147, de Minoría Catalana, aparecen aceptadas en el informe de la Ponencia. Por consiguiente, mantendremos, a efectos de su votación, la enmienda número 89, del Grupo Parlamentario Vasco PNV.

Para la defensa de la enmienda número 116, de Coalición Popular, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, a esta enmienda iba a hacer referencia anteriormente, puesto que el razonamiento es el mismo.

Existe un artículo en el Código Civil, el 1.124, que regula con mayor precisión las consecuencias de un incumplimiento del contrato total o parcial. Las consecuencias del incumplimiento son: la resolución del contrato, la exigencia del cumplimiento y la indemnización por daños y perjuicios en ambos casos.

Por tanto, todo este artículo 18 es superfluo, no viene a añadir nada a lo que ya existe en el Código Civil. Se acaba de decir en la discusión del artículo anterior que el Derecho común es aplicable a estos contratos. Esta es la razón de nuestra enmienda, y por ello vamos a mantenerla.

El señor **PRESIDENTE**: Para turno en contra, tiene la palabra el señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: En realidad, como usted ha tenido ocasión de indicar antes, señor Presidente, esta artículo 18 resultó bastante modificado en Ponencia como consecuencia de la introducción de cuatro enmiendas: dos de Minoría Catalana y dos del Grupo Socialista. Por tanto, no sé si la enmienda que acaba de defender el señor Huidobro sigue teniendo plena validez. Posiblemente, sí. En todo caso, aun admitiendo que así sea, voy a explicar por qué nosotros vamos a votar en contra.

El caso es parecido al señalado al hablar del artículo anterior, pero con una diferencia, y es que allí, el proyec-

to sí establecía un tratamiento, una regulación relativamente diferente de la que establece el Derecho común, y por eso, porque ha quedado claro que primero se aplican los principios de esta ley y, en segundo lugar, el Derecho común, es por lo que nos parecía un problema mantener la enmienda. Aquí el caso es diferente, porque como muy bien ha dicho el señor Huidobro, lo que hace el artículo 18 es repetir, con otras palabras, casi lo mismo que dice el artículo 1.124 del Código Civil. Y de aquí extrae el señor Huidobro la conclusión de que es superfluo.

Señor Huidobro, posiblemente para un jurista sea superfluo, posiblemente, si esta ley fuera a ser manejada exclusivamente por expertos y técnicos en Derecho, sería superfluo, estaríamos repitiendo en una ley sectorial algo que ya tiene fijado por una ley general, como es el Código Civil. Pero usted sabe muy bien que las leyes no tienen solamente un carácter normativo, aunque éste sea el primero. También, a veces, tienen motivaciones o condiciones, yo diría, incluso de tipo pedagógico. Muchas veces estas leyes, concretamente las de carácter sectorial, van a ser utilizadas, aunque no a nivel científico, sí a nivel de lectura, por personas que no son técnicos en Derecho, por personas que no tienen por qué saber lo que dice el artículo 1.124 del Código Civil.

Por eso, señor Presidente, nos parece que en estos casos concretos —no en otros, pero sí en éstos— no está de más que en estas leyes de carácter sectorial se introduzcan preceptos que ya están recogidos en otras leyes generales, como el Código Civil, y no hace ningún daño introducir las aquí, precisamente por esa argumentación que antes he expuesto.

En consecuencia, señor Presidente, nosotros vamos a mantener el artículo 18 según el informe de la Ponencia.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos a proceder a la votación de las enmiendas.

¿Existe algún inconveniente por parte de S. S., señor Huidobro, en votar la enmienda de su Grupo junto con la del Grupo Parlamentario Vasco? (**Denegación.**)

Votamos, por consiguiente, la enmienda del Grupo Parlamentario Vasco, número 89, junto con la enmienda número 116, de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 17; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas citadas.

Me ha advertido el señor Letrado que si bien está recogido el espíritu de las enmiendas 146 y 147, de Minoría Catalana, no están recogidas en su literalidad. Como Minoría Catalana pidió que se mantuvieran sus enmiendas a efectos de votación, vamos a someterlas a la consideración de la Comisión.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 20, abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las en-

miendas 146 y 147 de Minoria Catalana en lo que no estuvieran asumidas por la Ponencia.

Tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, creo que en el tercer párrafo de este artículo 18 hay un pequeño error de transcripción. Dice: «La extensión del contrato no afectará...» y debe ser «La extinción del contrato».

El señor **PRESIDENTE**: ¿Están de acuerdo SS. SS. de que no se trata de la «extensión» del contrato sino de la «extinción»? (**Asentimiento.**) Parece que es bastante evidente.

Por consiguiente, vamos a someter a votación el artículo 18 según el informe de la Ponencia y con la corrección terminológica del error puesto de manifiesto por el señor Huidobro.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 17; en contra, tres; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 18, según el informe de la Ponencia.

Artículo 19 Al artículo 19.º, que vamos a debatir a continuación, hay presentadas dos enmiendas, la enmienda número 53, del señor Mardones, y la enmienda número 117, de Coalición Popular.

La enmienda del señor Mardones la mantenemos a efectos de votación.

Para la defensa de la enmienda número 117, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Esta enmienda tiene dos partes: una, que estaría dispuesto a retirar, que se refiere a la definición del contrato en sí, porque nuestra enmienda —como ha dicho el portavoz socialista— no aporta más que una distinta manera de ver las cosas. Pero es que, dentro de esta definición se habla de una contraprestación fijada en tarifas preestablecidas, y como tenemos presentada una enmienda al artículo 20 precisamente suprimiendo la necesidad de tarifas especiales con precios y condiciones para la contraprestación de estos contratos, no podemos retirarla, pero con esa única finalidad.

El señor **PRESIDENTE**: Para consumir un turno en contra, tiene la palabra el señor Jover, en nombre del Grupo Socialista.

El señor **JOVER PRESA**: Con la misma brevedad, señor Presidente. Estoy de acuerdo con el señor Huidobro en que la única diferencia importante entre la enmienda y el texto del informe de la Ponencia es la que él ha indicado: en el informe de la Ponencia se habla de que la contraprestación quedará fijada en tarifas preestablecidas y en la enmienda se dice a cambio de un precio cierto.

A nosotros nos gusta más el texto del informe porque coincide con el artículo 20 y porque nos parece que corresponde a lo que es la realidad en un contrato de difusión publicitaria; se trata de tarifas preestablecidas por los

medios de comunicación, a los cuales se va a pedir la difusión, y en ese sentido, si el señor Huidobro quiere, continuaremos la discusión cuando tratemos del artículo siguiente.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos a someter a votación las enmiendas.

Señor Huidobro, ¿existe algún inconveniente por parte de S. S. de que votemos su enmienda conjuntamente con la enmienda del señor Mardones? (**Denegación.**)

Se ponen a votación las enmiendas números 53, del señor Mardones, y 117 de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 15; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas citadas.

Sometemos, a continuación, a votación el artículo 19 según el informe de la Ponencia.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 15; en contra, tres; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 19, según el informe de la Ponencia.

Pasamos a continuación al análisis y discusión de las enmiendas al artículo 20. Artículo 20

Hay presentadas dos enmiendas, la número 54, del señor Mardones, mantenida a efectos de su votación, y la enmienda número 118, de Coalición Popular.

Para la defensa de la enmienda número 118, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Esta enmienda pretende la supresión del artículo, porque, como hemos hecho mención en la enmienda al artículo anterior, a nuestro grupo no le parece oportuno ni encuentra justificación para que la contraprestación en los contratos de difusión publicitaria tenga que ser preestablecida o tenga que haber unas tarifas especiales que sean de aplicación general y uniforme. Definida la publicidad ilícita en este texto legal, que protege ya a los destinatarios de la publicidad (que, en definitiva, son los que deben de ser protegidos de manera especial, ya que las partes contratantes en el contrato de difusión publicitaria no merecen tener más protección que aquella que tienen las normas generales de Derecho) y reconocido en nuestra Constitución el funcionamiento de la libre empresa, no encontramos razón alguna para que tengan que estar previamente establecidas las contraprestaciones en este contrato publicitario; no vemos qué función viene a cumplir; por qué no se puede dejar libertad para que cada medio de difusión pueda aplicar unas contraprestaciones distintas, contraprestaciones dinerarias o de otro tipo.

Y como no vemos ningún tipo de explicación que justifique la existencia de esas tarifas preestablecidas y, además, de aplicación general y uniforme, es por lo que proponemos la supresión de este artículo 20 coincidiendo

también en parte con nuestro criterio de que debe dejarse a las partes la máxima libertad para la fijación de las condiciones y elementos del contrato, siempre que no sean contrarios a las leyes, a la moral y al orden público.

Y no se me diga que, puesto que estamos legislando y somos legisladores, en este momento lo que hacemos es establecer una ley que priva a las partes de la posibilidad de establecer una cláusula con una condición especial como es el precio, porque por ese camino llegaríamos a que no existiese ninguna posibilidad de hacer ningún pacto especial. No veo la razón de existencia de esas tarifas y menos de que esas tarifas sean de aplicación general y uniforme. Podría tener alguna justificación que la tarifa fuera conocida, es decir, preestablecida por cada empresa, pero que sea de aplicación general y uniforme no le vemos justificación ninguna y por eso solicitamos su supresión.

El señor **PRESIDENTE**: Para consumir un turno en contra, tiene la palabra el señor Jover, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista.

El señor **JOVER PRESA**: Antes de oír al señor Huidobro, tenía la convicción de que este artículo 20 tenía una lógica absoluta y no planteaba ningún tipo de problemas. Lo que aquí se dice, según interpretaba yo, es que los precios y condiciones de las tarifas no tienen carácter especial —nadie habla aquí de tarifas especiales—, sino que han de tener un carácter preestablecido, que ha de ser conocido previamente, y que han de tener una aplicación general y uniforme en el sentido de que han de ser las mismas para todos los anunciantes de un mismo medio, que no se pueden fijar tarifas diferentes en un medio para personas o anunciantes diferentes. Ahora bien, el señor Huidobro en su intervención ha introducido un elemento nuevo, que es el elemento de que, quizás, podría entenderse de la redacción del artículo 20 que aquí lo que se está diciendo es que va a haber unas tarifas uniformes para todos los medios del país, y desde ese punto de vista se planteaba un problema nuevo que nosotros no habíamos previsto.

Señor Presidente, yo lo que puedo afirmar es que mi Grupo va a estudiar este tema; de momento, vamos a rechazar la enmienda, pero como la enmienda será debatida en Pleno, procuraremos aclarar la cuestión planteada por el señor Huidobro.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Huidobro, para consumir un turno de réplica.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, no es para turno de réplica, simplemente para decir que, efectivamente, la interpretación que yo había dado a este artículo era distinta y dejamos hasta el trámite del Pleno la posibilidad de llegar a un acuerdo. Por lo menos queda patente que la intención del Grupo Socialista, cuando dio redacción a este artículo, era distinta de la que yo interpretaba, lo que de por sí ya supondría una interpretación auténtica de esta norma.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Hay intención por parte del Grupo Socialista de ofrecer en este momento alguna redacción transaccional?

El señor **JOVER PRESA**: Señor Presidente, ya he indicado que estudiaremos el tema de cara a la discusión en el Pleno.

El señor **PRESIDENTE**: Por consiguiente, vamos a someter a votación las enmiendas.

Señor Huidobro, ¿no hay inconveniente por parte de S. S. a votar conjuntamente su enmienda con la número 54 del señor Mardones? (**Denegación.**) En tal caso, votamos la enmienda número 54, del señor Mardones, y la enmienda 118, de Coalición Popular.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, cuatro; en contra, 17.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas referidas.

Votamos, a continuación, el artículo 20, según el informe de la Ponencia.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 16; en contra, cuatro.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 20, según el informe de la Ponencia.

A continuación, pasamos a la discusión del artículo 21, Artículo 21 al cual hay presentadas dos enmiendas. Una es la número 55, del señor Mardones, que aparece aceptada, según el informe de la Ponencia, y la otra es la 119, de Coalición Popular, para cuya defensa tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Tratamos únicamente de dar una mejor redacción a este artículo. Digo que tratamos, porque la redacción del texto del proyecto nos parece compleja: «Si el medio», de publicidad, «por causas imputables al mismo, cumpliera una orden con alteración, defecto o menoscabo de alguno de sus elementos esenciales, vendrá obligado a repetir la publicidad en los términos pactados». El medio, por medio del contrato de difusión publicitaria, ha adquirido una obligación, que es la de dar a conocer esa publicidad. Cuando se ha adquirido una obligación, esa obligación o se incumple de forma defectuosa o se incumple de forma parcial. Pero todo esto, como hemos venido repitiendo, puede decirse de otra manera. Por eso nosotros decimos: «Si por causa imputable al medio de publicidad», por lo tanto, imputable al mismo «éste cumpliera de forma inexacta o parcial lo pactado, estará obligado a repetir la campaña publicitaria en la forma convenida». Es algo que se deriva también del artículo: «Si no fuere posible la repetición de la campaña publicitaria, el anunciante o agencia de publicidad podrá exigir la reducción proporcional del precio pactado, con indemnización de los perjuicios causados».

No vamos a hacer mayor hincapié, puesto que es un

tema en el que venimos reiterando nuestra postura. Lo único que hacen estos preceptos es empeorar algo que está muy claro, que es lo dispuesto sobre el incumplimiento de las obligaciones y de los contratos, que, por otra parte, tiene ya una aplicación reiterada y una jurisprudencia sobre esta materia. Vamos a dar lugar a que conceptos que están claros y que han sido definidos perfectamente por una reiterada jurisprudencia, puedan dar lugar a pleitos, que es lo único que podría suceder con la introducción de nuevos conceptos en materias ya perfectamente reguladas y de probada eficacia en su aplicación.

Nada más, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: Para turno en contra, tiene la palabra el señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: Estamos una vez más ante el mismo problema que se ha planteado en algunos artículos anteriores.

La enmienda presentada por el Grupo de Coalición Popular no introduce alteraciones importantes al fondo de la cuestión, sino que implica, según la opinión de sus redactores, una mejora en la redacción. Desde luego, no coincido con esta opinión y me parece que es más efectivo decir, como lo hace el texto del informe de la Ponencia, que se ha cumplido una orden con alteración, defecto o menoscabo de alguno de sus elementos esenciales, que el texto que propone la enmienda. Repito que es cuestión de a quién le gusta más una redacción u otra.

En cambio, en la enmienda hay dos aspectos concretos que sí introducen un cambio sustancial. Uno de ellos es, una vez más, la referencia a la campaña publicitaria. Dice: «Si por causa imputable al medio de publicidad, éste cumpliere de forma inexacta o parcial lo pactado, estará obligado a repetir la campaña publicitaria». ¿Por qué la campaña publicitaria? A lo mejor no se trata de una campaña sino de un simple anuncio o de un conjunto de anuncios que no forman en sí una campaña. ¿Por qué limitar el tema una vez más a una campaña publicitaria? Creo que en este aspecto hay un cierto error de redacción. La segunda modificación importante, en el párrafo segundo, se refiere al hecho de que si no fuera posible la repetición de la campaña, el anunciante o agencia de publicidad podrá exigir, dice la enmienda, la reducción proporcional del precio pactado, mientras que esta exigencia de proporcionalidad no aparece expresada en el informe de la Ponencia, lo que creo que es adecuado, porque el problema reside en fijar algo proporcional ¿a qué? En todo caso, señor Huidobro, es usted el que está vulnerando, en cierta medida, o el que no está aceptando la autonomía de las partes. Déjeles a ellas que establezcan si la reducción ha de ser proporcional o no, y en qué medida o con relación a qué se ha de hacer ese nuevo establecimiento.

Por todo ello, señor Presidente, nosotros vamos a votar también negativamente esta enmienda. (El señor Huidobro Díez pide la palabra.)

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, el señor Jover me ha convencido en parte y, por lo tanto, voy a retirar la enmienda, con lo cual he resuelto parcialmente el problema.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Huidobro. (El señor Navarrete Merino pide la palabra.)

Tiene la palabra el señor Navarrete.

El señor **NAVARRETE MERINO**: Es una cuestión terminológica, pero no tiene trascendencia jurídica. Creo que se nos ha pasado a todos los ponentes y me gustaría saber si los portavoces están de acuerdo.

En el artículo 17 se utiliza la palabra «repetición» en el sentido jurídico, como reclamación de lo indebidamente pagado. En cambio, en el artículo 21, es decir, sólo cuatro artículos más adelante, se utiliza la palabra «repetición» en su sentido vulgar. Esto introduce una cierta confusión; me parece que no es bueno como forma de expresión jurídica. Propondríamos que el párrafo del artículo 21 quedara redactado de la siguiente manera: «Si el medio, por causas imputables al mismo, cumpliera una orden con alteración, defecto o menoscabo de alguno de sus elementos esenciales, vendrá obligado a ejecutar de nuevo la publicidad en los términos pactados. Si dicha ejecución no fuera posible ...», y seguiría igual. Es decir, se trata de sustituir «repetición», por «ejecutar de nuevo».

El señor **PRESIDENTE**: ¿Existe inconveniente por parte de alguno de SS. SS. en esta modificación del artículo 21? (**Denegaciones.**)

Por consiguiente, vamos a someter a votación, puesto que no hay enmiendas vivas, el artículo 21 con la modificación que ha propuesto el señor Navarrete.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado.

Pasamos a la discusión del artículo 22.

Artículo 22

A este artículo hay presentadas las enmiendas números 120, de Coalición Popular, 19 y 21, del Grupo Parlamentario del CDS, y 56, del señor Mardones. Estas tres últimas enmiendas las mantenemos a efectos de su votación.

Para la defensa de la enmienda número 120, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, la justificación de esta enmienda es la misma que la de las anteriores. Por lo tanto, no voy a hacer ninguna otra defensa sino pedir única y exclusivamente que se someta a votación.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Huidobro.

Para turno en contra, tiene la palabra el señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: Señor Presidente, esta enmienda tiene un sentido idéntico a la número 116, que el

Grupo Popular presentó al artículo 18. En aquel momento expuse los argumentos por los que nos oponíamos a ella y en este caso los mantengo igualmente.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Hay algún inconveniente en someter a votación todas las enmiendas conjuntamente? (**Denegaciones.**)

Se someten todas las enmiendas a votación. Son los números 120, de Coalición Popular, 19 y 21, del CDS, y 56, del señor Mardones.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 17; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las enmiendas citadas.

Sometemos, a continuación, a votación el artículo 22, según el informe de la Ponencia.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 19; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado el artículo 22, según el informe de la Ponencia.

A continuación, vamos a proceder al análisis y votación de las enmiendas a los artículos 23, 24 y 25 conjuntamente, como me han solicitado hacerlo SS. SS.

Al artículo 23 hay presentada solamente una enmienda, la número 121, de Coalición Popular. Al artículo 24 sólo hay dos enmiendas, la número 20, del CDS, que aparece aceptada en el informe de la Ponencia, y la 90, del Grupo Parlamentario Vasco (PNV). Al artículo 25, tenemos la enmienda número 97, de Coalición Popular, que aparece rechazada en el informe de la Ponencia; la 122 y la 123, de Coalición Popular, que aparecen como aceptadas en el informe de la Ponencia, y la 148, de Minoría Catalana.

Para la defensa de sus enmiendas 121 y 97, de Coalición Popular, y en su caso la expresión de su voluntad con relación a las enmiendas 122 y 123, que aparecen aceptadas en el informe de la Ponencia, tiene la palabra el señor Huidobro.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Efectivamente, señor Presidente, la enmienda 122 aparece aceptada en parte y nos damos por satisfechos.

La enmienda 121 trata de modificar el artículo 23. En la misma decimos: «Por el contrato de creación publicitaria, una de las partes se obliga a idear y elaborar una campaña publicitaria...» Quiero forzar al señor Jover a que deje claro cuál es el concepto al que se refiere este contrato de creación publicitaria, si es una persona física o jurídica que se obliga a favor de un anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria o un proyecto de publicidad.

Voy a retirar mi enmienda, pero me gustaría que quedara claro que en este artículo qué es exactamente a lo que se refiere este contrato de creación publicitaria, cuál es el objeto de la creación publicitaria, si es un proyecto

de campaña publicitaria, un proyecto de publicidad, la propia publicidad o la propia campaña publicitaria.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Y la enmienda número 97?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: La va a defender el señor Elorriaga.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Elorriaga para la defensa de la enmienda número 97, de Coalición Popular, al artículo 25.

El señor **ELORIAGA FERNANDEZ**: Esta enmienda pretende la inclusión de la palabra «recreativa» en la casuística que dice que el contrato de patrocinio sería para ayudar a actividades deportivas, benéficas, culturales, científicas o de otra índole. La frase «o de otra índole», contrapuesta a actividad deportiva, benéfica, cultural o científica, parece que exige un finalismo en este patrocinio, es decir, en estas nobles actividades que se dirijan a cubrir las que aquí se definen. «O de otra índole» es como una excepción. La base del contrato de patrocinio está fundamentalmente apoyada en la gran difusión de los programas. Y la gran difusión de los programas normalmente es la de los programas recreativos, que no tienen por qué tener ninguna finalidad. Lo que ocurre es que llegan mucho al público, tienen una gran proyección social, son muy divertidas y tienen una gran audiencia, así como las publicaciones impresas, que tienen una gran difusión y que necesariamente no son de carácter cultural ni deportivo ni benéfico.

Creo que sería deseable la inclusión de este término: «... de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica y recreativa». Si no, es mejor la supresión de todas estas actividades y establecer, para su organización, el apoyo de una ayuda económica, sin definir de qué tipo de actividad se trata. Lo otro parece una insinuación no de la utilización de una vía de difusión publicitaria a través de un soporte de gran audiencia, sino de una especie de mecenazgo. Es decir, en vez de un contrato de patrocinio publicitario, parece un mecenazgo para un tipo de actividades que tengan una finalidad determinada.

El señor **PRESIDENTE**: Para turno en contra, tiene la palabra el señor Jover, en nombre del Grupo Parlamentario Socialista.

El señor **JOVER PRESA**: Por lo que se refiere a la enmienda 121, el señor Huidobro me pide que responda a una enmienda que ya ha retirado, lo cual no es fácil para mí.

En estas circunstancias, no iba a utilizar el argumento de campaña publicitaria, porque en el proyecto está expresamente prevista esta expresión. Normalmente, el contrato de creación publicitaria implicará una relación por la cual una persona física o jurídica, que es quien va a crear la campaña, realiza una campaña a propuesta de un anunciante o de una agencia. No necesariamente, pero sí que será un caso habitual. Por eso está previsto así en

el proyecto de ley en el informe de la Ponencia. Esta es la razón por la que decía que en estas circunstancias no iba a utilizar el argumento de campaña publicitaria.

También me pide, señor Huidobro, que exprese aquí qué es el contrato de creación publicitaria. Creo que está muy bien expresado en el artículo 23, y usted lo sabe, porque su enmienda es prácticamente idéntica, ya que no introduce ningún cambio. Presenta una redacción que en técnica jurídica puede ser mejor o peor, no lo sé, pero es prácticamente idéntica. Cambia el orden de unas frases, de algunos factores, pero si lee tanto la enmienda como el artículo 23, se dará cuenta de que prácticamente dicen lo mismo. De manera que tanto usted como yo sabemos muy bien lo que es el contrato de creación publicitaria, por lo que no merece la pena detenerse sobre ello.

En cuanto a la enmienda 97, señor Presidente, ya tuvimos ocasión de indicar en Ponencia que nos parecía innecesaria, puesto que el artículo 25, que se refiere a los diferentes tipos de actividades que pueden ser objeto de contrato de patrocinio, habla de actividad deportiva, benéfica, cultural y científica, y después añade «o de otra índole». Me parece que en esta expresión final «o de otra índole» puede introducirse la propuesta de «recreativa», a que se refiere el señor Elorriaga, y otras muchas, que pueden ser de carácter análogo a las indicadas anteriormente. Yo creo que de esta manera no conseguimos nada. Se trata de añadir una palabra más a una enumeración que no tiene sentido limitativo, puesto que no es un «número clausus», y por la misma razón podríamos inventarnos dos, tres o cuatro actividades más que podrían incluirse expresamente dentro de la definición. Creo que basta con decir «o de otra índole» y, de esta manera, no complicamos demasiado el texto del proyecto.

El señor **PRESIDENTE**: A continuación, vamos a someter a votación todas las enmiendas existentes a los artículos 23, 24 y 25. ¿La enmienda 121 la consideramos retirada, señor Huidobro?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Sí, señor Presidente.

El señor **PRESIDENTE**: La enmienda 50, del CDS, ha sido aceptada por la Ponencia. Por consiguiente, votamos la enmienda número 90, del Grupo Parlamentario Vasco, PNV; la número 97, de Coalición Popular, y la 148, de Minoría Catalana. Consideramos aceptadas también las enmiendas 122 y 123, de Coalición Popular.

Así pues, votamos las enmiendas mencionadas.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, tres; en contra, 17; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

A continuación, sometemos a votación los artículos 23, 24 y 25, según el informe de la Ponencia.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Deseamos votación separada del artículo 23. El 24 y el 25 pueden votarse conjuntamente.

El señor **PRESIDENTE**: Votamos, en primer lugar, por consiguiente, el artículo 23.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado.

A continuación, sometemos a votación los artículos 24 y 25.

**Efectuada la votación fueron aprobados por unanimidad.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan aprobados.

El Título IV del proyecto vamos a discutirlo conjuntamente. Título IV  
artículos  
26 a 34

Este Título comprende los artículos 26 a 34 y hay presentadas las siguientes enmiendas: 124 a 129, ambas inclusive, de Coalición Popular; enmiendas 22, 23 y 24, del Grupo parlamentario CDS, que se mantienen a efecto de su votación; enmienda 137 y 149 a 154, ambas inclusive, de Minoría Catalana; enmiendas 9, 10, 11 y 37, de la Agrupación de Diputados del Partido Liberal; enmienda 136, de Izquierda Unida, que se mantiene a efectos de votación, lo mismo que las de Minoría Catalana; enmiendas 57 a 61, ambas inclusive, del señor Mardones; enmienda 67, del señor Zarazaga Burillo, y enmienda 75, de la Agrupación de Diputados de la Democracia Cristiana.

Para la defensa de las enmiendas 124 a 129, ambas inclusive, tiene la palabra el Diputado señor Huidobro, en nombre de Coalición Popular.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: En este grupo de enmiendas hay una serie de ellas que se refieren a la sustitución del término «cesación» por «cese». Concretamente el artículo 26 habla de que aquel que tenga un interés legítimo podrá solicitar del anunciante, cuando la publicidad sea ilícita, la cesación o, en su caso, la rectificación de la publicidad. Y en el número 2 se dice que la solicitud de cesación o rectificación se hará por escrito. En el artículo 27 se dice que la cesación podrá ser solicitada, y así sucesivamente en estos artículos que ya he mencionado, 26 y 27, y en el 30. Nuestro Grupo ha propuesto como modificación sustituir esta palabra «cesación» por «cese», porque entendemos que es un término utilizado normalmente, por lo menos en las normas legales que este Diputado cree recordar.

Si nos vamos al diccionario, el término «cese» viene definido como acción y efecto de cesar en un empleo o cargo, y «cesación» acción y efecto de cesar. La palabra «cesar» significa dejar de hacer alguna cosa que se estaba haciendo. El sufijo «ción» une o añade a los verbos de acción una actividad determinada. En todos estos artículos que estamos examinando, salvo en uno, lo que se pretende es que se deje de hacer algo, pero no se tome alguna actividad determinada, sino todo lo contrario, que se deje de realizar una actividad, que es la publicidad. Por eso a nosotros nos parece que el término «cese» está más de acuerdo con lo que se pretende en estos artículos. Hemos

hecho la enmienda, porque este término nos gusta más. No tiene gran trascendencia, porque los dos significan lo mismo. El Grupo Socialista ya me ha puesto de manifiesto que no piensa aceptarla y no voy a insistir demasiado en este término ni va a suponer una causa que votemos en contra de estos artículos.

Sin embargo, hay un artículo, el 27.2 en el que consideramos que la palabra «cesación» no es la adecuada. O la frase se redacta de otra manera o habrá que hacer algo con el artículo. Dice así: «Dentro de los tres días siguientes a la recepción de la solicitud, el anunciante comunicará al requirente en forma fehaciente su voluntad de cesar en la actividad publicitaria y procederá efectivamente a dicha cesación.» Es decir, a dicha acción de cesar, a dicha acción de dejar. Yo creo que sería mucho más conveniente que en este caso concreto, sin modificar el resto de los artículos como se me ha puesto de manifiesto, la frase quedara de la forma siguiente: «...voluntad de cesar en la actividad publicitaria»; es decir, un acto que todavía no se ha llevado a cabo, una voluntad todavía no ejercitada, «...y procederá al cese efectivo de la misma». Porque en la expresión «procederá efectivamente a dicha cesación» la palabra «cesación» no tiene ningún tipo de justificación, ni siquiera desde el punto de vista terminológico.

No voy a hacer más hincapié en este tema, al que en Ponencia ya dedicamos un tiempo y que sé que va a ser votado en contra.

Otra de las enmiendas, la número 127, modifica el artículo 29 en cuanto a la competencia para entender de las controversias que se susciten en relación con esta ley. Dice el artículo 29 del proyecto: «Las controversias derivadas de la publicidad ilícita en los términos de los artículos 3 a 8 serán dirimidas por los órganos de la jurisdicción ordinaria.» Repito, sólo dirime las controversias que se deriven de la publicidad ilícita. Nuestra enmienda va más lejos. Dice que a los órganos judiciales de la jurisdicción ordinaria corresponde la declaración de ilicitud de una publicidad y el enjuiciamiento de cuantas cuestiones litigiosas puedan plantearse en aplicación de esta ley o en la aplicación, interpretación o ejecución de los contratos publicitarios. Si efectivamente hay una norma que atribuye la competencia para entender de las posibles controversias que se puedan derivar de una parte de esta ley, como son los artículos 3.º a 8.º, creemos que debe completarse la norma atribuyendo a la jurisdicción ordinaria todos los problemas que se deriven de la aplicación de esta ley y también de los contratos, o suprimir este artículo 29, con lo cual, y por disposición de la Ley Orgánica del Poder Judicial y demás normas procesales, todas las controversias derivadas de esta ley quedarían sujetas precisamente a la jurisdicción ordinaria. Este es el sentido de nuestra enmienda. Nosotros proponemos que se acepte nuestra enmienda o se suprima el artículo 29, puesto que en otro caso van a ser muy limitadas las soluciones al problema que se plantea.

La enmienda 129 se refiere al artículo 31 de este proyecto de ley y tiene la siguiente finalidad: En el artículo 31 se dice que, a instancia del demandante, el Juez,

cuando lo crea conveniente, atendidos los intereses, etcétera, podrá con carácter cautelar ordenar la cesación provisional de la publicidad ilícita. y dice en el párrafo segundo del apartado a) que cuando la publicidad haya sido expresamente prohibida, o en otra serie de circunstancias que ahí se prevén, y así lo instase el órgano administrativo competente, el Juez podrá ordenar la cesación. Dentro de este artículo no existe ninguna referencia anterior a la intervención del órgano administrativo para que de alguna manera podamos hacer una referencia inicial a que sea cuando así lo inste el órgano administrativo. Por eso nuestra enmienda iba dirigida a dejar bien claro que el órgano administrativo lo puede pedir, porque ha sido el que ha promovido el juicio correspondiente, si el demandante fuera el órgano administrativo competente, porque se le atribuye dentro de la ley la posibilidad de iniciar un juicio. Si el demandante fuera el órgano administrativo y se trata de publicidad que reúna las condiciones que se dicen en este párrafo, el Juez podrá ordenar el cese provisional de la publicidad dentro de las 24 horas siguientes, y no sin darle ningún plazo, como sucede en el resto de los párrafos. Es decir, con nuestra enmienda de lo que se trata es de impedir que aparezca aquí el órgano administrativo sin haberle dado entrada previamente de alguna manera en el procedimiento en el que va a poder ir a suspensión. Se podría plantear el supuesto de si, en cualquier caso, todo órgano administrativo que esté legitimado para intervenir en la declaración de ilicitud de una publicidad determinada o una campaña de publicidad puede intervenir en cualquier tipo de procedimiento, aunque no sea él quien lo haya promovido, para solicitar precisamente el cese provisional de la actividad de la publicidad dentro de las 24 horas siguientes, o si solamente es en aquellos casos en que sea el órgano administrativo el que haya promovido el procedimiento. Nuestra enmienda va dirigida a dejar bien claro que sólo en aquellos casos en que el órgano administrativo haya sido el promotor del procedimiento es cuando puede solicitar del Juez y éste podrá acordar que el cese de la actividad publicitaria se produzca dentro de las 24 horas siguientes.

Queda una enmienda, la 126, referida al artículo 28.3, donde se establece un plazo para que, requerido un anunciante de que su publicidad puede ser ilícita, y habiendo aceptado cesar en ella, se le da un plazo de siete días para que finalice la publicidad.

Pusimos de manifiesto en Ponencia y lo reiteramos ahora que posiblemente existan supuestos en que las técnicas actuales a pesar de la buena voluntad del anunciante y de haber iniciado todos los trabajos posibles para cesar en esa actividad, no permitan que se lleve a cabo ese cese. Por eso nuestra enmienda va dirigida a pedir que sea en el menor tiempo posible, en función de las limitaciones técnicas que se aprecien en cada caso. Son unas enmiendas terminológicas que doy por perdidas, puesto que así se me ha puesto de manifiesto, que en nada van a influir en nosotros a la hora de votar los artículos; pero hay otras enmiendas que sí tienen importancia como son la 126, respecto a la necesidad de no establecer un plazo sino dejar uno indeterminado que dependerá de las condiciones téc-

nicas en cada caso y que, incluso, podría servir de referencia si se le plantearan dudas al juez; otra que se refiere a que intervenga la jurisdicción ordinaria, si se hace alguna referencia en cuanto a la competencia para entender en las controversias que surjan, en todos los problemas derivados de esta Ley, no solamente de la publicidad ilícita. Por último —para ordenar el debate— está la enmienda que hace referencia a que el juez podrá acordar el cese provisional de la publicidad dentro de las 24 horas cuando lo solicite el órgano administrativo que está legitimado para iniciar un procedimiento, si realmente es él quien ha iniciado el procedimiento y no ha sido otra persona.

Con esto termino la defensa de las enmiendas a este Título.

El señor **PRESIDENTE**: Para la defensa de las enmiendas 9, 10, 11 y 37, de la Agrupación de Diputados del Partido Liberal, tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: Señor Presidente, mantenemos la enmienda número 9, al artículo 28, que postula la ampliación de plazo para el ejercicio del derecho a rectificación, por entender que puede resultar insuficiente el expuesto en el proyecto de ley.

Las enmiendas 10, 11 y 12 entendemos que entrañan mayor entidad en cuanto que pretenden subsanar defectos que pueden crear inseguridad.

Así la primera, al artículo 30 a), trata de suprimir el rechazo subliminal de las pretensiones ejercitadas.

La enmienda número 11, se dirige al artículo 30 b), en cuanto supone una inversión de la carga de la prueba contra los principios tradicionales en nuestro Derecho Procesal. En este momento además habría que conectarlo con lo que ya se ha acordado en artículos precedentes de este proyecto.

La enmienda 12 se refiere al artículo 30 c), en cuanto establece también por consecuencia de lo anterior, una inversión en la valoración de la prueba, que no nos parece procedente.

Finalmente, en cambio, retiramos la enmienda 37 al artículo 34.2, por entender que habíamos interpretado incorrectamente el sentido del precepto.

El señor **PRESIDENTE**: El resto de las enmiendas las mantenemos sólo a efectos de su votación.

Para turno en contra tiene la palabra el Diputado don Fernando Gimeno.

El señor **GIMENO MARIN**: Intervendré brevemente para intentar explicar a los portavoces intervinientes que lo que el Título IV viene a hacer fundamentalmente es recoger en nuestra ley la Directiva de 10 de septiembre de 1984. Creo que con decir eso tendría por contestadas todas las intervenciones habidas, pero por cortesía voy a hacer alguna referencia más en concreto.

Cesación o cese. Ya se ha planteado y creo que no es una cuestión fundamental. En cualquier caso consideramos que se ha introducido una práctica en donde se uti-

liza el término de cesación, y preferimos dejarlo así en estos momentos.

Creemos que, en cualquier caso, por la definición de su contenido, tampoco es contradictorio y como, además, el portavoz del Grupo Popular ha dicho que no es un óbice para votar a favor de los artículos, mucho mejor. En cualquier caso nos parece muy bien que podamos realizar este debate por cuestiones terminológicas, que, sin duda, continuaremos en el Pleno.

En el artículo 28, en los temas de rectificación, no hacer referencia a un plazo concreto nos parece que introduciría una cierta inseguridad o indefensión, porque si las acciones de rectificación no se producen con plazos concretos es difícil saber cómo se puede actuar y cuál es la situación del demandante. Por eso creemos que es mejor hablar de plazos concretos.

Respecto a algunas intervenciones que ha habido sobre distintos plazos quiero decir que —aunque en el tema de los plazos puede ser uno u otro— se pretende introducir una coherencia con los plazos que se dan en otro tipo de normas (por ejemplo en la Ley Orgánica de Rectificación se introducen plazos análogos); por eso hemos preferido, en algunas cuestiones, dejarlo así señalado. Había otras enmiendas que también se referían a esto, a pesar de que no han sido defendidas.

Con referencia a la supresión del artículo 29 quiero indicar que la Ley viene a recoger una opción de las que se establecen en el artículo 4.º de la Directiva; el proyecto de ley lo que hace es introducir una opción, y la define claramente respecto a las dos posibles que la Directiva ofrecía cuando hablaba de publicidad engañosa. En ese sentido, lo que hace la Ley es definirse diciendo que podría haberse optado por una vía administrativa, puesto que la tradición española era realizarlo por esa vía en temas de publicidad con la mayor o menor utilización, pero, en cualquier caso, como la que se introduce ahora es claramente judicialista lo que se hace es optar por este artículo 4.º Por eso se habla concretamente de las controversias derivadas de publicidad ilícita. Ya digo que este Título, de alguna manera, viene a recoger aspectos fundamentalmente reseñados en la Directiva, incluso algunos textualmente.

Por otro lado, la mejora que se plantea en el artículo 31, respecto al tema de la cesación provisional y los órganos administrativos intervinientes, creo que está en relación con el artículo 26, porque quienes están legitimados para actuar están definidos claramente en dicho artículo, cuando se habla de cesación y de rectificación. El único matiz que se introduce al respecto es en aquellos supuestos en donde haya podido intervenir la autoridad administrativa para prohibir o no, en función de la coherencia con el resto del artículo 2.º de la ley. Evidentemente el Grupo Popular plantea una opción distinta a la que se presentaba respecto a la autorización administrativa. Por eso quizá su planteamiento tenga una lógica desde ese punto de vista, pero desde el nuestro creo que el artículo 26, en relación con el 31, es coherente. Se introduce una especial situación de peores consecuencias cuando, además, ha habido una prohibición administrativa previa, porque sigue

legitimado el órgano administrativo, pero evidentemente no se define, y habrá que aclararlo por otro tipo de normas.

Esas son las razones fundamentales por las que nos oponemos a las enmiendas del Grupo Popular.

Sobre las enmiendas planteadas por la Agrupación Liberal quiero decir que he oído perfectamente las argumentaciones que utiliza pero deseo aclarar que la Directiva dice lo mismo que el proyecto de ley. El cumplimiento de la Directiva exige que se den esas prerrogativas que se otorgan al juez, que de alguna manera, están, diferenciadas respecto a las que pueda tener en otro tipo de procedimientos. Por eso nos oponemos a las enmiendas.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Pardo Montero.

El señor **PARDO MONTERO**: Retiramos también la enmienda número 9, al artículo 28, relativa al plazo del ejercicio del derecho a rectificar.

El señor **PRESIDENTE**: Queda retirada también la enmienda número 9. Por consiguiente, del Partido Liberal sólo quedan vivas las enmiendas números 10, 11 y 12.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Pedimos votación separada de las enmiendas de nuestro grupo, incluida la 98, presentada por el señor Elorriaga, de supresión del artículo 29.

El señor **PRESIDENTE**: No había leído la enmienda número 98, pero S. S. tiene razón.

Sometemos a votación, en primer lugar, las enmiendas de Coalición Popular, enmiendas números 98 y 124 a 129, ambas inclusive.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, dos; en contra, 18; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas las citadas enmiendas de Coalición Popular.

A continuación votamos las enmiendas 10, 11 y 12, del Partido Liberal, que han sido defendidas, considerando retiradas las números 9 y 37.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 18; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

A continuación sometemos a votación el resto de las enmiendas que fueron leídas y que repito. Enmiendas 22 a 24, del Grupo parlamentario CDS; enmiendas 137 y 149 a 154, ambas inclusive, de Minoría Catalana; enmienda 136, de Izquierda Unida; enmiendas 57 a 61, del Diputado señor Mardones; enmienda 75, de la Agrupación de Diputados de la Democracia Cristiana; y enmienda 67, del Diputado señor Zarazaga.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 18, abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas todas las enmiendas citadas.

Sometemos a continuación a votación los artículos 26 a 34, ambos inclusive. (El señor **Huidobro Díez pide la palabra**.) ¿Desea votación separada de algún artículo, señor Huidobro?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Sí, señor Presidente, de los artículos 28.3, 29, 31, letra a), y del 34. (El señor **Pardo Montero pide la palabra**.)

El señor **PRESIDENTE**: Su señoría se adhiere a la petición del señor Huidobro?

El señor **PARDO MONTERO**: Perdón, señor Presidente, yo deseo que voten separadamente los artículos 28 y 34.

El señor **PRESIDENTE**: Muy bien. Por consiguiente, sometemos a votación los artículos 26, 27, 30, 31 en todos sus apartados excepto la letra a); 32 y 33.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 20; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan aprobados los artículos citados.

A continuación sometemos a votación el artículo 28 en todos sus apartados, excepto el número 3, y el artículo 34.

**Efectuada la votación, fueron aprobados por unanimidad.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan aprobados. Votamos a continuación el número 3 del artículo 28.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 20; en contra, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobado. A continuación sometemos a votación el artículo 29 y la letra a) del artículo 31.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 20; en contra, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan aprobados.

Seguidamente vamos a ver las disposiciones transitoria y final. A las disposiciones transitorias sólo hay presentada la enmienda número 92, del Grupo Parlamentario Vasco, PNV, que sometemos a votación.

Dispos.  
Transitoria  
y Final

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 19; abstenciones, tres.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada.

La enmienda 38, del Partido Liberal; la 91, del Grupo Parlamentario Vasco, PNV; y la 156, del señor Larrinaga

Dispos.  
Adicional  
(nueva)

Apraiz, del Grupo Parlamentario Mixto, proponen la creación de una nueva disposición adicional.

Para la defensa de la enmienda número 38, del Partido Liberal, tiene la palabra el señor Pardo Montero. Las otras dos enmiendas las mantendremos a efectos de su votación nada más.

El señor **PARDO MONTERO**: Muy brevemente, señor Presidente.

La disposición adicional nueva pretende salvar el posible conflicto con las competencias autonómicas. Como ya hemos aludido a este tema al iniciar la discusión del proyecto de ley, creo que huelga ampliarlo. Simplemente, mantenemos la enmienda para votación.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias.

Para turno en contra tiene la palabra el señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: Señor Presidente, desearía ser igualmente breve, pero me parece que no voy a poder serlo tanto como el señor Pardo porque creo que el tema tiene su interés. Solamente tres minutos para explicar nuestra posición.

El señor **PRESIDENTE**: Los tiene usted, señor Jover.

El señor **JOVER PRESA**: Vamos a oponernos a esta enmienda y no porque estemos en contra del ejercicio de la competencia de las comunidades autónomas incluso competencias legislativas, en materia de publicidad. Señor Pardo, conozco muy bien el artículo 27.31 del Estatuto de Autonomía de Galicia —lo conozco bien porque tiene exactamente el mismo tenor literal que el artículo 9.30 del Estatuto de Autonomía de Cataluña—, y quiero decirle claramente que nuestra opinión es que ciertamente hay competencias de las comunidades autónomas en esta materia, competencias que incluso pueden ser legislativas, siempre y cuando cumplan con lo establecido por la Directiva de las Comunidades Europeas. Ahora bien, ¿por qué nos vamos a oponer a la introducción de esta disposición adicional nueva que usted propone? Sencillamente, porque nos parece superflua y, según desde qué punto de vista se mire, incluso nos parece peligrosa. Superflua, ¿por qué? Ya lo dije en el momento en que se discutió la enmienda del Grupo Popular al título de la Ley, porque las competencias que tienen las comunidades autónomas en cualquier materia, empezando por ésta, están definidas por la Constitución y por sus respectivos estatutos de autonomía, y no hace falta que leyes ordinarias, como ésta, vayan a aclarar cuáles son esas competencias. En todo caso, si lo que usted nos está diciendo es que las competencias de las comunidades autónomas, tal y como se derivan del bloque de constitucionalidad, no pueden ser vulneradas por una Ley ordinaria como ésta, evidentemente que no; pero es tan evidente que sería absurdo ponerlo en una disposición adicional. Sería absurdo porque, si lo pusiésemos, si aceptásemos su enmienda, estaríamos implícitamente reconociendo que, si no se dice así, enton-

ces es posible que una ley ordinaria de este Parlamento cambie el orden competencial que ha establecido la Constitución, y eso, por supuesto, sería ir en contra del sistema de fuentes del Derecho que tiene establecido nuestro ordenamiento jurídico. Por todo ello, nos parece, señor Presidente, que esta enmienda es absolutamente innecesaria y que su introducción incluso, conduciría a posibles planteamientos que nosotros no queremos. Por tanto, vamos a oponernos a ella.

El señor **PRESIDENTE**: ¿Señor Pardo Montero?

El señor **PARDO MONTERO**: Señor Presidente, querría la réplica, pero hago gracia. Habida cuenta de lo avanzado de la hora, zanjamos el tema definitivamente.

El señor **PRESIDENTE**: Gracias, señor Pardo Montero.

A la disposición derogatoria hay una enmienda, la número 130, del Grupo Parlamentario de Coalición Popular. Para su defensa, tiene la palabra el señor Huidobro.

Dispos.  
Derogator

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Señor Presidente, dice la disposición derogatoria: «Queda derogada la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad, y cuantas disposiciones se opongan a lo establecido en la presente Ley.»

El señor **PRESIDENTE**: Efectivamente, eso dice.

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: En el Estatuto de Publicidad se regulan materias que no han sido recogidas en esta Ley y, por tanto, lo que nosotros pretendemos es que se derogue el Estatuto de Publicidad en tanto en cuanto a las materias cuyo contenido ha sido regulado en esta Ley, y no al resto de las materias porque, en otro caso, se crearía un vacío legal. Esa es la única finalidad de la modificación de esta enmienda, que esperamos sea aceptada por el Grupo Socialista.

El señor **PRESIDENTE**: Turno en contra. El señor Gimeno tiene la palabra.

El señor **GIMENO MARIN**: Señor Presidente. Brevemente.

Nosotros preferimos dejar el texto como está y seguiremos hablando en el Pleno.

El señor **PRESIDENTE**: Hay una nueva disposición final, nueva, de Minoría Catalana. Tiene una enmienda, la 155, que se mantiene a efectos de su votación.

Dispos.  
Final  
(nueva)

¿Desean SS. SS. votación separada de alguna enmienda?

El señor **HUIDOBRO DIEZ**: Sí, señor Presidente, de la correspondiente a Coalición Popular.

El señor **PRESIDENTE**: Sometemos a votación conjunta en este momento las enmiendas números 38, del Parti-

do Liberal; las 91 y 92, del Grupo Parlamentario Vasco; 156, del señor Larrianaga Apraiz y la enmienda 155, de Minoría Catalana.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, uno; en contra, 17; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

Sometemos seguidamente a votación la enmienda número 130, del Grupo Parlamentario de Coalición Popular, a la disposición derogatoria.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, dos; en contra, 17; abstenciones, una.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda rechazada.

A continuación, sometemos a votación la disposición transitoria, según el informe de la Ponencia.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; en contra, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobada la disposición transitoria.

A continuación, y por último, votamos la disposición derogatoria.

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos a favor, 18; en contra, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobada la disposición derogatoria.

**Pasamos a la discusión de las enmiendas a la exposición de motivos, a la cual hay presentadas las enmiendas números 39 y 40, del señor Mardones Sevilla, que se mantienen a efectos de votación; la enmienda número 26, del Grupo Parlamentario Socialista, que está asumida por la Ponencia; y la enmienda número 68, de la Agrupación de Diputados de la Democracia Cristiana. Por consiguiente, a los sólo efectos de su votación mantenemos las enmiendas 39, 40 y 68 y procedemos a votarlas.**

Exposición de motivos

**Efectuada la votación, dio el siguiente resultado: Votos en contra, 17; abstenciones, dos.**

El señor **PRESIDENTE**: Quedan rechazadas.

Sometemos seguidamente a votación la exposición de motivos, según figura en el informe de la Ponencia.

**Efectuada la votación, fue aprobada por unanimidad.**

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobada y, con ello dictaminado el proyecto de Ley general de Publicidad, que seguira los trámites correspondientes, puesto que, como saben SS. SS., esta pedida su avocación por el pleno.

Muchas gracias a SS. SS.; muchas gracias a los servicios de la Cámara. Hemos terminado a las dos y media, cosa no habitual en esta Comisión.

Se levanta la sesión.

**Eran las dos y treinta minutos de la tarde.**

Imprime RIVADENEYRA, S. A. - MADRID

Cuesta de San Vicente, 28 y 36

Teléfono 247-23-00.-28008 Madrid

**Depósito legal: M. 12.580 - 1961**