

I. Disposiciones generales

JEFATURA DEL ESTADO

26155 *LEY 33/1988, de 11 de noviembre, sobre prelación de créditos por exacciones en favor de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero.*

JUAN CARLOS I,
REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.
Saber: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente Ley:

Preámbulo

Los artículos 49 y 50 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero, habilitan a la Comisión para establecer un sistema de exacciones sobre la producción de carbón y acero, con objeto de afectarlas a los gastos administrativos y ayudas de readaptación.

La Decisión 3/52, de 23 de diciembre de 1952, determinó el importe y las modalidades de aplicación de las exacciones, cuyo tipo fue fijado para el ejercicio de 1986 por la Decisión 3614/85/CECA, de 18 de diciembre de 1985.

La Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 17 de mayo de 1983, dictada en la Causa 168-82, aunque reconoce la naturaleza fiscal del poder conferido a la Comisión por el Tratado constitutivo, entendió que no derivaba directamente del mismo el carácter privilegiado de sus créditos por exacciones, a menos que se les asignara, en virtud de desarrollo normativo interno, un rango igual a los créditos semejantes del respectivo Estado miembro.

La Comisión de las Comunidades Europeas, considerando la doctrina emanada de dicha Sentencia, dictó la Recomendación 86/198/CECA de 13 de mayo de 1986, en la que se establece que, a partir de 1 de enero de 1988, los Estados miembros conferirán a los créditos derivados de las exacciones la misma preferencia que a los créditos fiscales del respectivo Estado.

En nuestro ordenamiento jurídico los créditos fiscales del Estado gozan de la prelación que al efecto les otorga el artículo 1923.1.º del Código Civil y los artículos 71 y siguientes de la Ley General Tributaria, por lo que procede dar cumplimiento a lo previsto en la Recomendación antes mencionada.

Artículo único

Los créditos fiscales en favor de las Comunidades Europeas derivados de la aplicación del régimen de exacciones CECA sobre la producción de carbón y acero, así como los recargos por demora, gozarán, en los procedimientos de ejecución universal, de la misma preferencia reconocida a los créditos de la misma naturaleza de que goza el Estado.

DISPOSICION TRANSITORIA

1. Lo prevenido en la presente Ley será de aplicación a los créditos fiscales cuyo procedimiento de recaudación esté iniciado al momento de su entrada en vigor.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, la preferencia crediticia establecida en esta Ley no surtirá efectos frente a los restantes acreedores del deudor cuando se hubiere elaborado la lista definitiva de acreedores a que se refiere el artículo 12 de la Ley de Suspensión de Pagos de 26 de julio de 1922, o cuando, en el correspondiente procedimiento concursal, se hubiere efectuado la graduación de los créditos.

DISPOSICION FINAL

La presente Ley entrará en vigor el mismo día de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Por tanto,
Mando a todos los españoles, particulares y autoridades, que guarden y hagan guardar esta Ley.

Palacio de la Zarzuela, Madrid, a 11 de noviembre de 1988.

JUAN CARLOS R.

El Presidente del Gobierno,
FELIPE GONZALEZ MARQUEZ

26156 *LEY 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.*

JUAN CARLOS I
REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.
Saber: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente Ley:

La adhesión de España a las Comunidades Europeas implica, entre otros, el compromiso de actualizar la legislación española en aquellas materias en las que ha de ser armonizada con la comunitaria.

El Consejo de las Comunidades Europeas aprobó con fecha 10 de septiembre de 1984 una directiva relativa a la armonización de las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas de los países miembros en lo que afecta a la publicidad engañosa.

La legislación general sobre la materia está constituida en España por la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad, norma cuyo articulado ha caído en gran parte en desuso, por carecer de la flexibilidad necesaria para adaptarse a un campo como el de la publicidad, especialmente dinámico, y por responder a presupuestos políticos y administrativos alejados de los de la Constitución.

Las circunstancias precedentes aconsejan la aprobación de una nueva Ley general sobre la materia, que sustituya en su totalidad al anterior Estatuto y establezca el cauce adecuado para la formación de jurisprudencia en su aplicación por los Jueces y Tribunales.

En tal sentido, el Estado tiene competencia para regular dicha materia de acuerdo con lo establecido por el artículo 149, 1, 1.º, 6.º y 8.º de la Constitución.

La publicidad, por su propia índole, es una actividad que atraviesa las fronteras. La Ley no sólo ha seguido las directrices comunitarias en la materia, sino que ha procurado también inspirarse en las diversas soluciones vigentes en el espacio jurídico intereuropeo.

El contenido de la Ley se distribuye en cuatro Títulos. En los Títulos I y II se establecen las disposiciones generales y las definiciones o tipos de publicidad ilícita. Se articulan asimismo las diferentes modalidades de intervención administrativa en los casos de productos, bienes, actividades o servicios susceptibles de generar riesgos para la vida o la seguridad de las personas.

En el Título III, constituido por normas de derecho privado, se establecen aquellas especialidades de los contratos publicitarios que han parecido interesante destacar sobre el fondo común de la legislación civil y mercantil. Estas normas se caracterizan por su sobriedad. Se han recogido, no obstante, las principales figuras de contratos y de sujetos de la actividad publicitaria que la práctica del sector ha venido consagrando.

En el Título IV se establecen las normas de carácter procesal que han de regir en materia de sanción y represión de la publicidad ilícita, sin perjuicio del control voluntario de la publicidad que al efecto pueda existir realizado por organismos de autodisciplina.

En este sentido se atribuye a la jurisdicción ordinaria la competencia para dirimir las controversias derivadas de dicha publicidad ilícita en los términos de los artículos 3.º al 8.º Esta es una de las innovaciones que introduce esta Ley, decantándose por una opción distinta a la contemplada en el Estatuto de la Publicidad de 1964. Este último contempla la figura de un órgano administrativo, «El Jurado Central de Publicidad», competente para entender de las cuestiones derivadas de la actividad publicitaria. Por razones obvias, entre otras, las propias constitucionales derivadas de lo dispuesto en el artículo 24.2 en donde se fija un principio de derecho al juez ordinario, así como las que se desprenden de la estructura autonómica del Estado, se ha optado por atribuir esa competencia a los Tribunales Ordinarios.

De conformidad con lo establecido en los artículos 4 y siguientes de la Directiva 84/450 de la CEE sobre publicidad engañosa, se instituye en este Título un procedimiento sumario encaminado a obtener el cese de la publicidad ilícita.

El proceso de cesación se articula con la máxima celeridad posible, sin merma de las garantías necesarias para el ejercicio de una actividad de tanta trascendencia económica y social como es la publicitaria. La tramitación se realizará conforme a lo previsto en la Ley de Enjuiciamiento Civil de 3 de febrero de 1881 para los juicios de menor cuantía, con una serie de modificaciones, inspiradas en la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del Derecho a la Rectificación, y en las