

RUIZ MORENO, José María: “La protección jurisdiccional civil frente a la publicidad ilícita”, Ed. Tirant lo Blanch, Valencia, 2014, 135 págs..



En el presente trabajo el Profesor Ruiz Moreno realiza un estudio detallado y riguroso acerca de la problemática que suscita la protección jurisdiccional civil frente a la publicidad ilícita, teniendo en cuenta tanto las últimas reformas legales como las nuevas orientaciones procedentes de la jurisprudencia.

Como refiere el autor del trabajo, la actividad de creación y transformación de bienes inmateriales no tiene ánimo de liberalidad, sino que por el contrario persigue como finalidad principal la obtención de un beneficio económico que compense a su creador del esfuerzo inversor en su consecución. De no ser así no quedaría suficientemente rentabilizado el ánimo económico e investigador que aquél ha volcado en un determinado producto o servicio, pues sabido es que, cuando más amplia y dinámica sea la protección que en estos casos dispense el Derecho, proporcionalmente mayor será el estímulo que percibe el empresario para invertir en la creación de sus productos, con el consiguiente beneficio para la economía y los consumidores.

Reprocha que el legislador nacional rara vez ha sabido resistirse a la tentación de dispensar la protección jurisdiccional respecto de específicos y singulares derechos subjetivos por medio de las leyes sustantivas que los contemplan, y entre cuyas normas se colocan genuinos preceptos procesales que, unas veces, se limitan a introducir ciertas especialidades respecto de los llamados juicios ordinarios, o, en otras, constituyen verdaderos procesos especiales. La protección jurisdiccional de la marca y de la publicidad constituye un buen ejemplo de todo ello. En efecto, nuestro legislador, ante la dificultad de hacer frente a la cada vez mayor demanda de nuevas situaciones jurídicas impuestas por el tráfico económico moderno -en especial, las derivadas de la propiedad industrial-, ha preferido acudir al subterfugio, más rentable -por cómodo y expedito-, de huir de la legislación procesal común (Ley de Enjuiciamiento Civil) y aprovechar leyes de contenido sustantivo donde se sitúan otras de contenido claramente procesal. Este modo de proceder no es sino consecuencia de que el legislador no siempre ha sabido permanecer al margen de las presiones de determinados colectivos económicos y de titulares de específicos derechos, que nunca se han prestado fácilmente a reconocer la tutela judicial común de sus intereses, para, en su lugar, erigirse en ávidos defensores de tutelas judiciales privilegiadas.

“La protección jurisdiccional civil frente a la publicidad ilícita”
José María Ruiz Moreno

Tal y como argumenta el Prof. Dr. Ruiz Moreno, aún cuando la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil da un paso de gigante en la consecución de una mayor simplicidad procedimental tras procederse a reducir las especialidades procesales hasta ese momento existentes, su convivencia con la Ley General de Publicidad ha dado lugar a importantes problemas de convivencia, pese a que en este último texto se encuentra la mayor parte de las disposiciones sobre publicidad ilícita.

Tras exponer el marco jurídico de protección de la propiedad industrial y de la publicidad, analiza los principales rasgos de la Directiva de 2005 relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en relación con los consumidores en el mercado interior, su transposición al ordenamiento interno por medio de la Ley 29/2009 y el nuevo marco regulador de la publicidad que tales normas comportan (especial mención merece la supresión del requerimiento previo como requisito de admisibilidad de la demanda que inicia el llamado proceso publicitario) y concluye que es poco adecuado hablar de un proceso especial publicitario.

En la segunda parte de la monografía, se contiene un profundo estudio de las singularidades procesales propias del marco regulador de la publicidad, en particular: las distintas acciones (declarativa, de cesación, de remoción, de rectificación, de resarcimiento de daños y perjuicios y de enriquecimiento injusto) ejercitables frente a la publicidad ilícita, la posible publicación de la sentencia como tutela adicional, el régimen de prescripción de las acciones individuales y de las acciones en defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, las diligencias preliminares (comunes y especiales) encaminadas a preparar el proceso y evitar su posible fracaso, los distintos supuestos de legitimación procesal (tanto activa como pasiva), la competencia, el procedimiento adecuado, la carga de la prueba y la tutela cautelar.

Cabe destacar por su importancia práctica para la tutela jurisdiccional frente a la publicidad ilícita la adecuada sistematización de los requisitos específicos de las medidas cautelares concretas que se pueden solicitar y adoptar en sede de publicidad, además de la necesaria distinción de la tutela cautelar respecto de la tutela anticipada y de la ejecución provisional en materia de publicidad.

El análisis detallado de las especialidades procesales va acompañado de una cuidada selección jurisprudencial y de una abundante cita de la bibliografía existente al respecto.

En definitiva, estamos ante una obra imprescindible para el profesional del Derecho que pretenda conocer de forma exhaustiva y clara los aspectos característicos de la garantía jurisdiccional civil frente a la publicidad ilícita y ante una valiosísima contribución al Derecho procesal civil en este ámbito.

Dr. Gregorio Serrano Hoyo
Profesor Titular de Derecho Procesal
Universidad de Extremadura