

Título: LA PUBLICIDAD DENIGRATORIA

Nombre: SÁNCHEZ PARRA, JOSÉ

Universidad: Universidad Complutense de Madrid

Departamento: Derecho mercantil

Fecha de lectura: 27/09/2001

Programa de doctorado: DERECHO MERCANTIL

Dirección:

> **Director:** CARLOS LEMA DEVESA

Tribunal:

> **presidente:** JOSÉ MARÍA DE LA CUESTA Y RUTE

> **secretario:** RAFAEL GARCÍA VILLAVERDE

> **vocal:** JOSÉ MANUEL OTERO LASTRES

> **vocal:** CARLOS ROGEL VIDE

> **vocal:** EDUARDO GALAN CORONA

Descriptor:

> CIENCIAS JURIDICAS Y DERECHO

> DERECHO MERCANTIL

> DERECHO Y LEGISLACION NACIONALES

El fichero de tesis no ha sido incorporado al sistema.

Localización: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID ARCHIVO GENERAL - PABELLÓN DE GOBIERNO ISAAC PERAL, S/N 28040 MADRID

Resumen: La publicidad denigratoria es una modalidad de publicidad desleal prácticamente ignorada por la doctrina española. A pesar de este olvido, esta figura presenta un gran atractivo ya que supone el ataque a uno de los activos más importantes de cualquier empresario: su reputación.

La tesis se ha dividido en tres partes. La primera parte contempla el concepto de publicidad y el concepto de honor. La precisión ambos conceptos resulta fundamental pues los mismos son bastante amplios y abarcan diferentes actividades.

La segunda parte trata la regulación del honor en el ámbito constitucional, en el ámbito penal y el ámbito civil.

La parte tercera recoge la protección del honor en el ámbito mercantil, analizando el concepto de publicidad denigratoria, sus notas características y clases. El capítulo séptimo contiene la regulación de la publicidad denigratoria en el Derecho histórico español, y, finalmente, su regulación en el Derecho vigente.