

JORNADA

La regulación de la publicidad en la era digital

Un enfoque transversal en la regulación del fenómeno publicitario

18 Y 25 DE MARZO DE 2022

Edificio Quintiliano
Aula Magna

PRESENTACIÓN

La publicidad es un instrumento de comunicación de inestimable valor para las empresas. No obstante, los datos económicos no pueden enmascarar una realidad que está presente en el sector publicitario español y mundial: el importante y creciente nivel de saturación publicitaria digital. Empresas y consumidores estamos expuestos diariamente a cientos de mensajes publicitarios de muy diversa índole y procedencia que motivan una constante innovación en estrategias publicitarias cuya compatibilidad y adecuación a las categorías jurídicas de ilicitud publicitaria se torna, en ocasiones, difusa. El control sobre la comercialización de nuestros datos y nuestra esfera de libertad y privacidad cuando interactuamos movidos por la publicidad es uno de los grandes desafíos en la era digital. El objetivo de estas jornadas consiste en reflexionar sobre la licitud de algunas de estas técnicas publicitarias, tratando de acercar sus diferentes dimensiones, sus beneficios y potenciales riesgos y su eficacia como estrategia de comunicación comercial, así como cuestionar la necesidad de una mayor regulación y comprensión de los distintos fenómenos publicitarios, con la mirada puesta en la protección jurídica del sector más joven y por ello quizá más vulnerable dentro de los destinatarios de estas nuevas formas de publicidad digital.

ORGANIZACIÓN:

Departamento de Derecho
Convenio Parlamento de La Rioja-Universidad de La Rioja
Docentes 2030 UR

PATROCINIO:

A Crear. Asociación del Empresas de Comunicación de La Rioja
(Federación de Empresarios de La Rioja)

COLABORACIÓN:

Proyecto I+D (Ministerio) PID2020-114549RB-I00
empresa y mercados: (r)evolución digital, integridad y sostenibilidad,
y su asimilación por el derecho privado, regulatorio y de la competencia.



Más información:
Departamento de Derecho
Área de Derecho Mercantil
Teléfono: 941 299 340

www.unirioja.es/actividades

¡Síguenos! @unirioja



DEPARTAMENTO DE DERECHO

JORNADA

La regulación de la publicidad en la era digital

Un enfoque transversal en la regulación del fenómeno publicitario

18 Y 25 DE MARZO DE 2022

Edificio Quintiliano
Aula Magna
9.30-14.00 horas

Asistencia libre

Simultáneamente *online*:

www.unirioja.es/youtube



UNIVERSIDAD
DE LA RIOJA

DIRECCIÓN

PROF. DRA. D.ª SUSANA PÉREZ ESCALONA,
Derecho Mercantil, Universidad de La Rioja

PROF. DRA. D.ª BEATRIZ SÁENZ DE JUBERA HIGUERO,
Derecho Civil, Universidad de La Rioja

COORDINACIÓN

PROF. D. JORGE EZQUERRO SOLAS
Derecho Mercantil, Universidad de La Rioja

PROF. DR. D. EDUARDO HERRERO URTUETA
Derecho Mercantil, Universidad de La Rioja

ORGANIZACIÓN

Departamento de Derecho
Convenio Parlamento de La Rioja-Universidad de La Rioja
Docentes 2030 UR

PATROCINIO

A Crear.
Asociación del Empresas de Comunicación de La Rioja
(Federación de Empresarios de La Rioja)

COLABORACIÓN

Proyecto I+D (Ministerio) PID2020-114549RB-I00
Empresa y mercados: (r)evolucion digital, integridad y sostenibilidad,
y su asimilación por el derecho privado, regulatorio y de la competencia

PROGRAMA

Viernes, 18 de marzo de 2022

9.30-10.00 horas

Inauguración

10.00-11.00 horas

Conferencia de inauguración

La publicidad a través de influencers

PROF. DR. D. ANXO TATO PLAZA,
Catedrático de Derecho Mercantil, Universidad de Vigo
Secretario General técnico del jurado de la publicidad de AUTOCONTROL
España

Presenta: PROF. DRA. D.ª SUSANA PÉREZ ESCALONA

11.00-12.00 horas

El impacto de la publicidad digital en los mercados: especial referencia al mercado vitivinícola

PROF. DR. D. AGUSTÍN RUIZ VEGA,
Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados,
Universidad de La Rioja

Presenta: PROF. DRA. D.ª SUSANA PÉREZ ESCALONA

12.00-12.30 horas

Pausa café

12.30-14.00 horas

Publicidad digital y protección de menores: una visión interdisciplinar

PROF. DRA. D.ª ISABEL SERRANO MAÍLLO,
Profesora Titular de Derecho Constitucional,
Universidad Complutense de Madrid

PROF. DRA. D.ª CHARO SÁDABA CHALEZQUER,
Profesora Titular de Publicidad, Universidad de Navarra

Presenta: PROF. DRA. D.ª BEATRIZ SÁENZ DE JUBERA HIGUERO

Viernes, 25 de marzo de 2022

10.30-11.30 horas

Publicidad predictiva, Inteligencia Artificial y Competencia desleal: retos regulatorios

PROF. DR. D. JULIO ÁLVAREZ RUBIO,
Profesor Contratado Doctor de Derecho Mercantil (acreditado a Titular
de Universidad), Universidad de Cantabria

Presenta: PROF. DR. D. EDUARDO HERRERO URTUETA

11.30-12.30 horas

El deepfake como técnica publicitaria: ¿necesitamos más regulación?

D.ª ISABEL PÉREZ-CABRERO FERNÁNDEZ,
Asociada Principal, Garrigues Mercantil Valencia

Presenta: PROF. D. JORGE EZQUERRO SOLAS

13.00- 13.45 horas

Conferencia de Clausura

(Aula Espejo en el salón de Grados del Ed. Quintiliano)

Publicidad y privacidad en la era digital

PROF. DRA. D.ª CARISSA VÉLIZ,
Profesora en la Facultad de Filosofía y el Instituto para la Ética en In-
teligencia Artificial de la Universidad de Oxford. Miembro del Grupo de
Expertos para la Carta de Derechos Digitales del Ministerio de Econo-
mía y Transformación Digital de España. Testigo sobre libertad de ex-
presión y políticas públicas para la Cámara de los Lores en Inglaterra,
así como miembro del Grupo Asesor de Alto Nivel sobre Tecnología y
Orden Global del Ministerio de Asuntos Exteriores de España

Presenta: Dirección de la Jornada

13.45-14.00 horas

Clausura