

# EL DERECHO PREVENTIVO DEL CONSUMO EN LA COMUNICACIÓN DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

**Camilo Alfonso Escobar Mora, Ph.D.**

**Fundador de JURÍDIA®**

[gerencia@juridia.co](mailto:gerencia@juridia.co) - [www.juridia.co](http://www.juridia.co)

JURÍDIA S.A.S. © Derechos de Autor Reservados



Móvil: (57) 320 803 4090

Dirección: Carrera 50 # 104B – 77, oficina 503

Bogotá D.C., Colombia, Suramérica – En Todo El Mundo – Worldwide

Página web: [www.juridia.co](http://www.juridia.co)

Correo: [comunicaciones@juridia.co](mailto:comunicaciones@juridia.co)

# AGENDA

1. Introducción.
2. Fundamentos.
3. Premisas de acción.

**Nota:** todo enfocado en la construcción colectiva de conocimiento.

## OBJETIVO

- Comunicar los elementos estructurales de la teoría de derecho preventivo del consumo en la publicidad digital en relación a la comunicación de la publicidad para que se haga con validez, eficacia y seguridad jurídica.

# MENSAJE PRELIMINAR

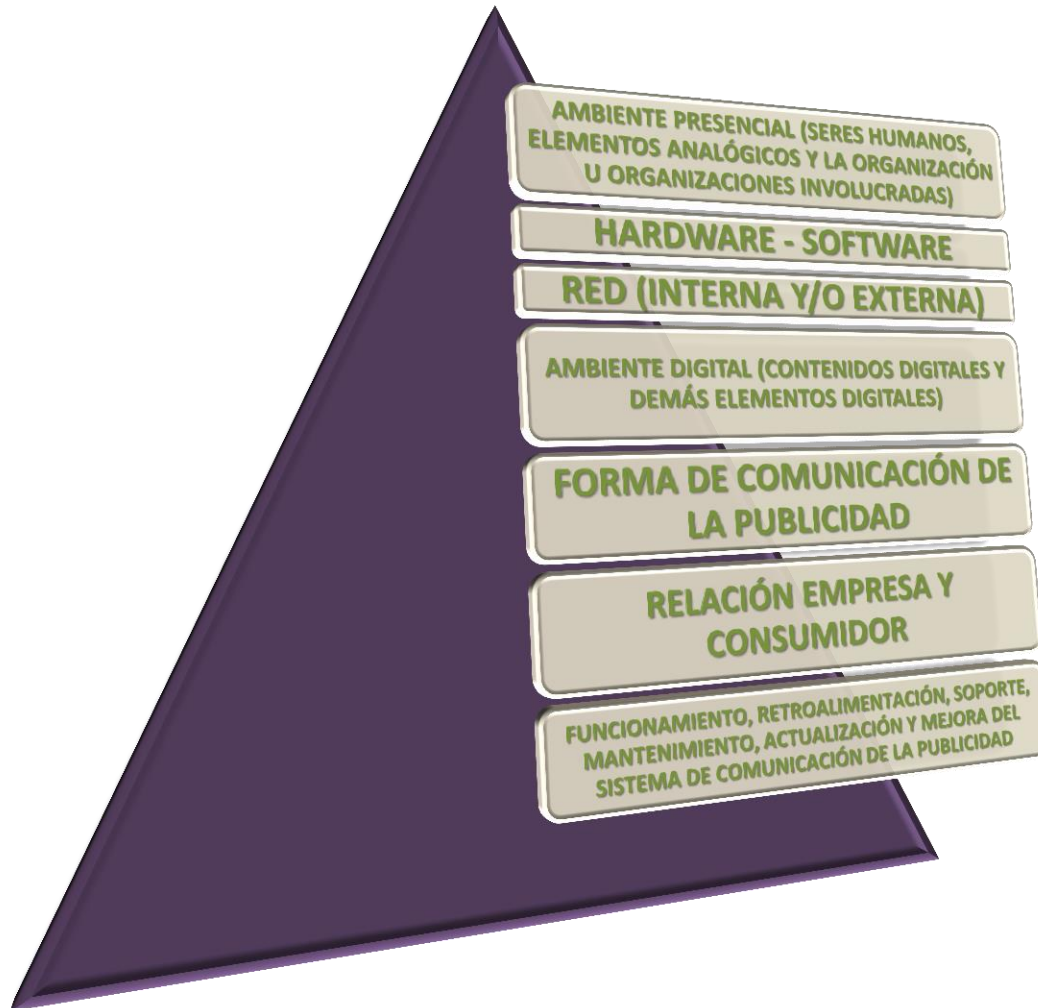
En el **blog de JURÍDIA** <http://juridia.co/blog/> existen textos y gráficas ilustrativas sobre la teoría.

# **1. Introducción**

**La comunicación de la publicidad  
digital empresarial tiene  
particularidades a nivel jurídico**

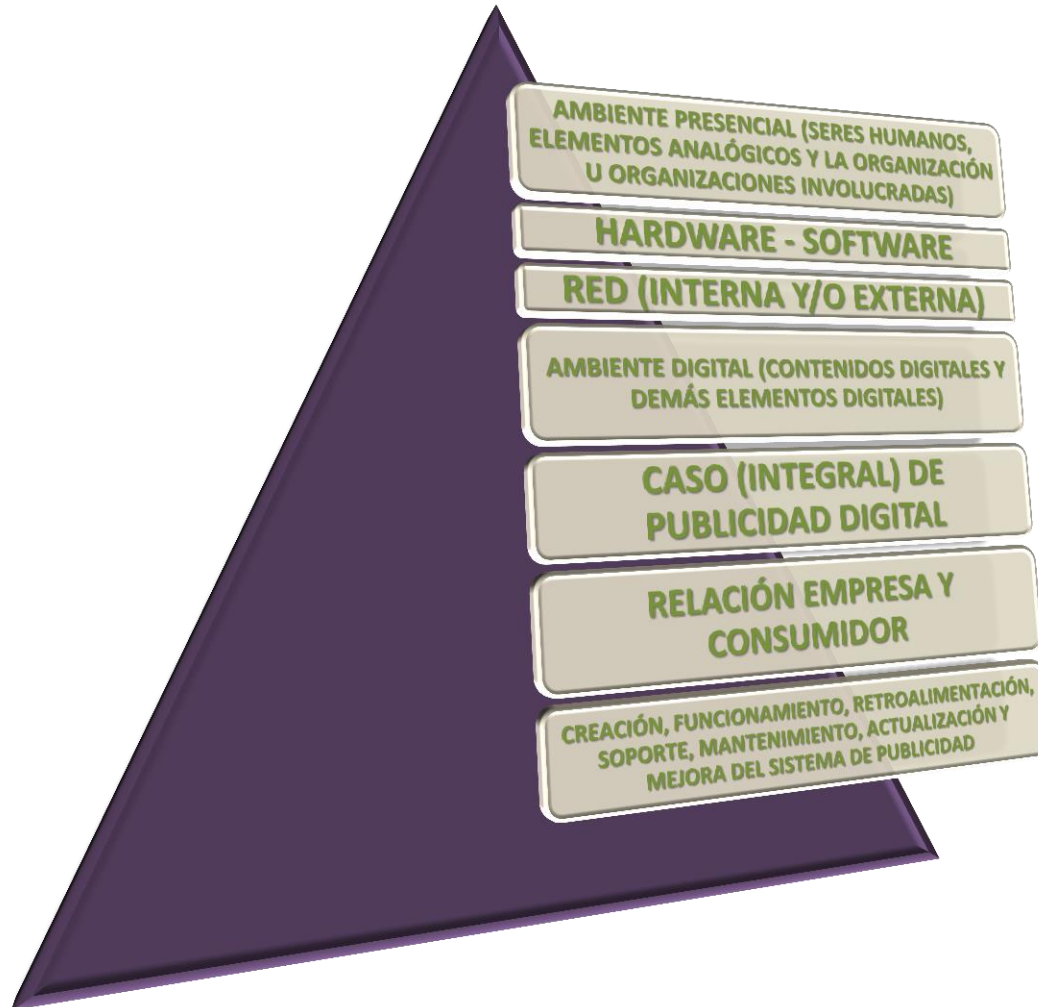
**La comunicación de la publicidad digital empresarial es un caso que involucra variables analógicas y digitales, que pueden ser extracontractuales y contractuales (según el caso)**

# ELEMENTOS DE UN CASO DE COMUNICACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL





# ELEMENTOS DE UN CASO DE PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL



# EXPLICACIÓN DE LA FORMA EN QUE APLICA EL DERECHO EN EL MEDIO DIGITAL

- Existe una **Equivalencia Funcional** entre el Medio Analógico y el Medio Digital. Por eso: el derecho aplica en cualquier clase de medio, como lo son las TIC.
- El derecho aplica sin importar la clase de tecnología que esté involucrada. Es decir: **aplica a cualquier clase de TIC y toda clase de TIC se sujeta al derecho.**
- Si se causan efectos en ámbitos internacionales y/o extranjeros se debe cumplir con las **normas internacionales y/o extranjeras** que sean aplicables.
- Se debe **armonizar** la **libertad** y el **límite** de la conducta (directa y/o indirecta) de cada persona (física —natural— y/o moral —jurídica—) involucrada en el caso (a la medida del caso).

**La comunicación de la publicidad  
siempre tiene normas jurídicas  
aplicables**

## Esas normas pueden ser:

1. **Determinadas** (por las normas y los hechos).
2. **Determinables** (mediante las normas y los hechos).

# ¿CÓMO APLICAN LAS NORMAS EN LA COMUNICACIÓN DE LA PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL?

## Interpretación y aplicación del derecho según los hechos



# **La publicidad digital empresarial se puede comunicar:**

1. Por la empresa.
2. Por terceros.
3. De forma mixta.

# **La publicidad digital empresarial se puede comunicar por:**

1. Medios propios.
2. Medios de terceros.
3. Medios mixtos.

# NORMAS PRINCIPALES

- Constitución Política.
- Leyes (generales y especiales).
- Regulación sectorial.
- Principios Generales del Derecho.
- Sentencias Judiciales y Fallos Administrativos.
- Normatividad Extranjera - Normatividad Internacional.
- Doctrina - Lógica - Argumentación - Fuentes Auxiliares Idóneas.
- Autorregulación (válida).
- Caso Concreto.



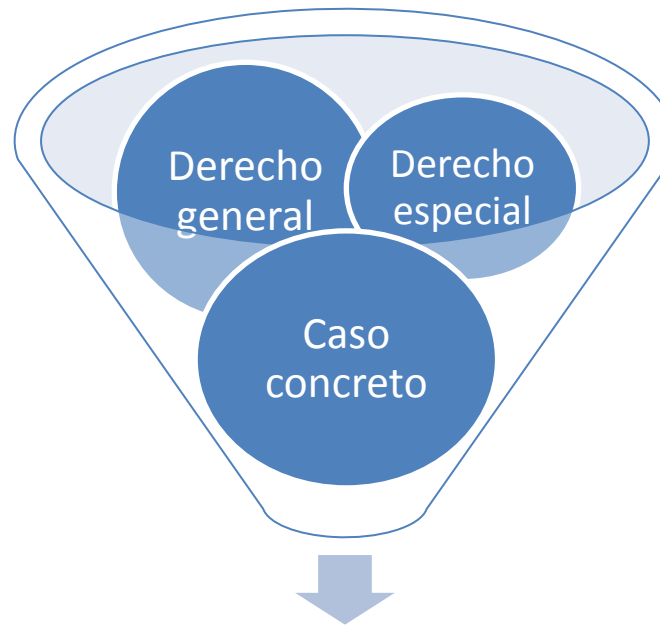
**El derecho preventivo es cuando los hechos del caso cumplen las normas que les aplican de una forma permanente, integral y armónica**

# ENTONCES ¿CÓMO SE APLICA EL DERECHO PREVENTIVO EN LA COMUNICACIÓN DE LA PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL?

DETECTANDO Y ATENDIENDO LOS ELEMENTOS Y LOS EFECTOS DE CADA CASO, Y SEGÚN LAS VARIABLES QUE SE DETECTEN SE ESTABLECEN LAS NORMAS QUE LE APLICAN Y SE DISEÑAN SOLUCIONES JURÍDICAS A LA MEDIDA PARA CUMPLIRLAS.

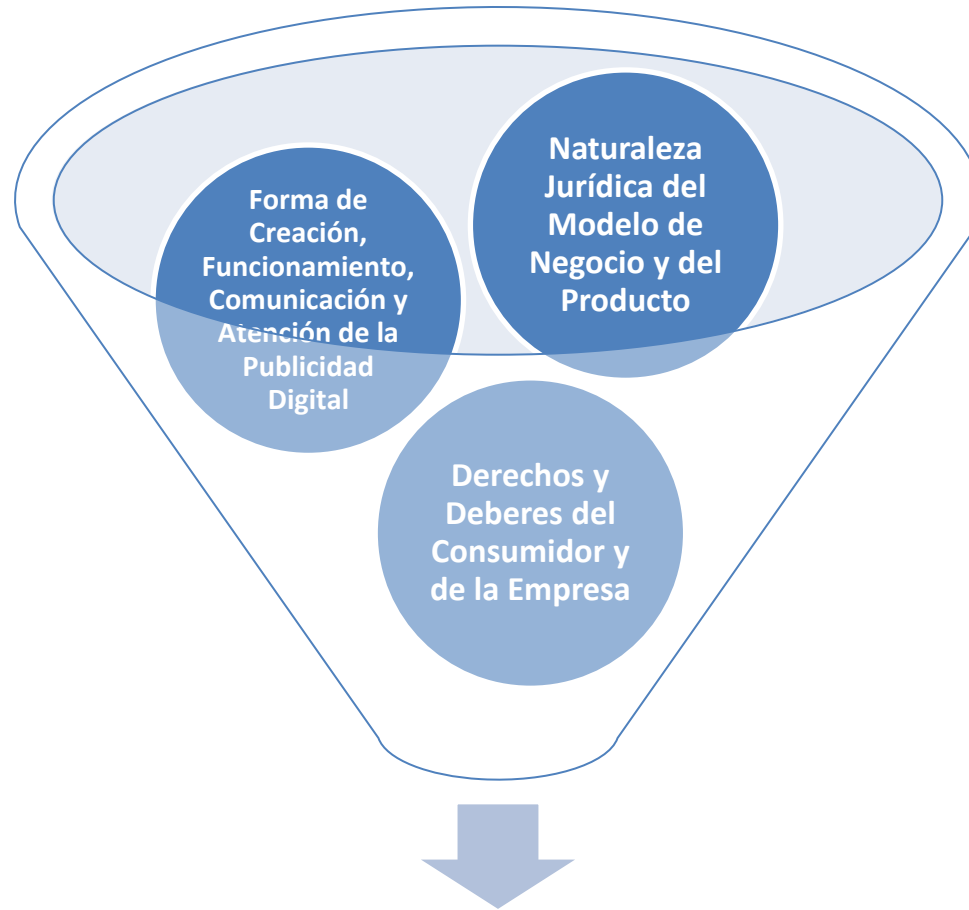


**EL DERECHO SE DEBE DETECTAR, ATERRIZAR Y CUMPLIR A LA MEDIDA DE LAS VARIABLES DE CADA CASO DE COMUNICACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL:**



**DERECHO PREVENTIVO EN EL CASO (A LA MEDIDA DEL CASO)**

**Por eso: la teoría de derecho preventivo del consumo en la publicidad digital consiste en detectar y armonizar lo siguiente:**



**Publicidad digital empresarial válida gracias a la teoría**

# **EL DERECHO PREVENTIVO HACE QUE LA COMUNICACIÓN DE LA PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL SEA VÁLIDA**

**Crea una armonía entre  
libertades y límites según las  
variables (formales y  
materiales) del caso de  
comunicación de publicidad  
digital empresarial**

# **EL DERECHO PREVENTIVO HACE QUE LA COMUNICACIÓN DE LA PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL SEA VÁLIDA**

**Propiamente: crea una armonía  
entre los derechos y deberes  
aplicables en el caso de  
comunicación de publicidad  
digital empresarial**

## **EL DERECHO PREVENTIVO HACE QUE LA COMUNICACIÓN DE LA PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL SEA VÁLIDA**

**Si la comunicación de la publicidad es armónica con las normas que le aplican y esa armonía hace que la comunicación materialice esas normas la publicidad se comunica de forma válida. Lo que hace que el caso de comunicación de publicidad digital empresarial sea válido**

## **2. Fundamentos**



# Conceptos estructurales

1. Comunicación de publicidad digital empresarial.
2. Validez.
3. Comunicación de publicidad digital empresarial válida por medio de la aplicación de la teoría de derecho preventivo del consumo en la publicidad digital.

# COMUNICACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL

- Es la forma como se comunica la publicidad en un medio digital por medio de acciones humanas y no humanas (analógicas y digitales).

# VALIDEZ

- Es la armonía entre el hecho y las normas que le aplican a ese hecho bajo una forma que haga que las normas aplicables al hecho se materialicen en el hecho.

# **COMUNICACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL EMPRESARIAL VÁLIDA POR MEDIO DE LA APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE DERECHO PREVENTIVO DEL CONSUMO EN LA PUBLICIDAD DIGITAL**

- Es cuando la publicidad se comunica de una forma armónica con las normas que le aplican que hace que la comunicación materialice esas normas.

# **3. Premisas de acción**

**La empresa debe detectar,  
descifrar, conocer y atender la  
naturaleza, el objeto y los efectos  
jurídicos de cada caso de publicidad  
digital empresarial**

**Igualmente: la empresa debe detectar, descifrar, conocer y atender la naturaleza, el objeto y los efectos jurídicos de cada caso de comunicación de publicidad digital empresarial**

**Esto permite que la comunicación de la publicidad digital empresarial sea válida porque permite que se conozcan los elementos tanto del caso de comunicación de la publicidad como del caso de publicidad y que dichos elementos sean armónicos con las normas que le aplican a cada elemento y a todos en su conjunto**



**Por eso: la empresa debe detectar  
cada hecho de cada caso de  
publicidad digital empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar  
cada hecho de cada caso de  
comunicación de publicidad digital  
empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar  
las variables de cada hecho de cada  
caso de publicidad digital  
empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar  
las variables de cada hecho de cada  
caso de comunicación de publicidad  
digital empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar  
las normas aplicables a cada  
variable de cada hecho de cada  
caso de publicidad digital  
empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar  
las normas aplicables a cada  
variable de cada hecho de cada  
caso de comunicación de publicidad  
digital empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar  
las normas aplicables a cada hecho  
de cada caso de publicidad digital  
empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar las normas aplicables a cada hecho de cada caso de comunicación de publicidad digital empresarial**



**Por eso: la empresa debe detectar  
las normas aplicables a cada caso  
de publicidad digital empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar  
las normas aplicables a cada caso  
de comunicación de publicidad  
digital empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar y  
cumplir las normas aplicables a  
cada caso de publicidad digital  
empresarial**

**Por eso: la empresa debe detectar y cumplir las normas aplicables a cada caso de comunicación de publicidad digital empresarial**

**Por eso: la empresa debe hacer que  
cada caso de publicidad digital  
empresarial sea armónico con las  
normas que le aplican**

**Por eso: la empresa debe hacer que  
cada caso de comunicación de  
publicidad digital empresarial sea  
armónico con las normas que le  
aplican**

**Por eso: la empresa debe hacer que en cada caso de publicidad digital empresarial esa armonía con las normas que le aplican haga que las normas se materialicen en el caso**

**Por eso: la empresa debe hacer que en cada caso de comunicación de publicidad digital empresarial esa armonía con las normas que le aplican haga que las normas se materialicen en el caso**

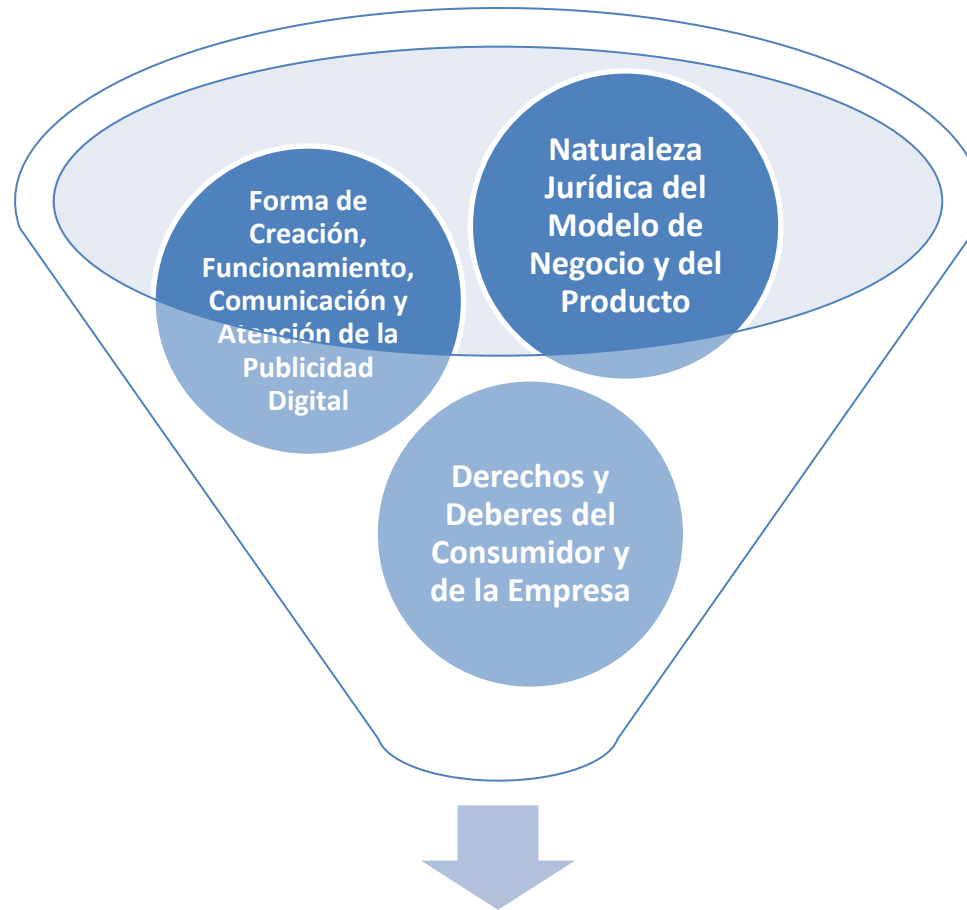


**Por eso: la empresa debe hacer que  
cada caso de publicidad digital  
empresarial sea válido**

**Por eso: la empresa debe hacer que  
cada caso de comunicación de  
publicidad digital empresarial sea  
válido**

**PARA RECORDAR**

**La teoría de derecho preventivo del consumo en la publicidad digital consiste en detectar y armonizar lo siguiente:**



**Publicidad digital empresarial válida gracias a la teoría**

# !Gracias por su atención!

**Camilo Alfonso Escobar Mora, Ph.D.**

**Fundador de JURÍDIA®**

[gerencia@juridia.co](mailto:gerencia@juridia.co) - [www.juridia.co](http://www.juridia.co)

JURÍDIA S.A.S.© Derechos de Autor Reservados



**Móvil:** (57) 320 803 4090

**Dirección:** Carrera 50 # 104B – 77, oficina 503

Bogotá D.C., Colombia, Suramérica – En Todo El Mundo – Worldwide

**Página web:** [www.juridia.co](http://www.juridia.co)

**Correo:** [comunicaciones@juridia.co](mailto:comunicaciones@juridia.co)