

Significativa fue la intervención que realizamos tras la denuncia que nos hizo llegar una persona sobre un vídeo, al que había tenido acceso en redes sociales de internet, en el que se podía ver a una chica que estaba siendo objeto de maltrato y vejaciones por parte de otra chica, mientras otra persona se encargaba de grabarlo todo con su teléfono móvil.

Habida cuenta que se trataba de un supuesto de maltrato físico y psicológico deliberado y aparentemente continuado, del que es víctima una menor, decidimos solicitar la colaboración al Grupo de Delitos Telemáticos de la Unidad Central Operativa de la Guardia Civil.

Pasados unos meses recibimos respuesta de la Guardia Civil, comunicándonos que, a pesar de los escasos datos disponibles, sus indagaciones habían arrojado un resultado positivo y se había podido localizar a las personas responsables, instruyendo diligencias para su traslado a la Fiscalía de menores (queja 18/2611).

3.1.2.8. b) Derecho a la propia imagen

En relación a esta cuestión hemos de traer a colación el artículo 6.1, de la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal, que dispone que «El tratamiento de los datos de carácter personal requiere el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la Ley disponga otra cosa». El carácter inequívoco de dicho consentimiento implica que quien haya de autorizarlo ha de conocer previamente el uso concreto que se va a dar al dato personal, sin que quepan autorizaciones confusas, genéricas e ilimitadas, máxime cuando estas van referidas a menores, cuyo supremo interés también está protegido por la legislación.

Sobre esta cuestión se nos trasladan quejas de contenido muy diverso, tal como la queja 18/0827, relativa a un fotógrafo profesional, que suele realizar su labor en eventos familiares, celebraciones o festividades, y que después vende las fotografías en que aparecen menores a personas sin relación alguna con ellos, pudiendo tratarse de pederastas o personas que las compran con fines no deseables; también la queja 18/1468 presentada por la madre de un menor para denunciar que la vecina que trabaja en un bar cercano hace fotografías a su hijo sin su consentimiento; o la queja 18/2321 disconforme con un periódico que ilustraba la noticia de un desahucio con la imagen no pixelada de un menor.

En todas estas quejas y en otras tantas de tenor similar informamos a los interesados de las vías de que disponen, conforme a la legislación, para la defensa del derecho a la propia imagen del menor, como titulares de su patria potestad o tutela, en especial de las acciones previstas en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen; y de los derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición) establecidos en la antes aludida Ley Orgánica de protección de datos de carácter personal.

También hemos de destacar la cuestión que abordamos a instancias de una persona que nos mostraba su disconformidad con que el colegio en que está matriculada su hija le exigiera, como requisito para participar en actividades extraescolares, que previamente prestase su consentimiento para el posible uso de la imagen de la menor en la publicitación de tales actividades.

Al dar trámite a la queja ponderamos que las actuales tecnologías de la comunicación e información, y el uso generalizado de las mismas por parte de la población, hace que hoy en día sea común la concurrencia de centros de enseñanza en portales de internet, blogs, redes sociales, así como otros instrumentos de comunicación. Tales centros de enseñanza suelen reproducir en dichos canales de comunicación imágenes de su actividad cotidiana y a tales efectos recaban la correspondiente autorización de los padres, madres o tutores. Y consideramos que la publicación de tales imágenes, en este contexto, no tiene porque considerarse lesiva para los menores, salvo en supuestos de uso especialmente intensivo o abusivo, pero tal hecho no

obsta para que, valoradas las circunstancias, en uso de la libertad de decisión puedan negar tal autorización y el centro haya de excluir la imagen del concreto menor sobre el que se niega el consentimiento (queja 18/0192).

3.1.2.8. c) Publicidad comercial y ventas a menores

Durante 2018 esta Defensoría ha centrado también su actividad en el uso instrumental que se realiza de personas menores de edad en unos casos como objetivo publicitario, y en otros utilizando su imagen con connotaciones inapropiadas en determinada campaña publicitaria.

De este modo nos interesamos por la campaña de publicidad realizada por un centro comercial para anunciar el inicio del período de rebajas. Dicha campaña incluía cartelería y anuncios en prensa en los que aparecía la imagen de una niña, vestida como una mujer adulta, utilizando la imagen de la menor identificándola como estereotipo de consumo, lo cual pudiera considerarse dañino tanto para la propia menor como para los derechos de la mujer, y por tanto tratase de una publicidad ilícita ([queja 17/3703](#)).

También actuamos con ocasión de otra campaña de publicidad -realizada mediante fotografías de grandes dimensiones colocadas en vallas publicitarias- emprendida por una marca de ropa en la que se utiliza la imagen de una niña con vestimenta y pose sexualizada, en clara disonancia con su edad ([queja 18/1753](#)).

En ambos casos, **valoramos que dichas campañas publicitarias pudieran considerarse ilícitas por presentar a la niña como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, asociando su imagen a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento**, y coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género. Asimismo, decidimos solicitar la colaboración del Instituto Andaluz de la Mujer como organismo legitimado para solicitar del anunciante su cese y rectificación, conforme a lo establecido en el artículo 25, de la Ley General de Publicidad.

En el informe que recibimos del Observatorio de la Publicidad no Sexista del Instituto Andaluz de la Mujer, se relataba el análisis técnico realizado a dichos anuncios publicitarios, corroborando que tanto una como otra campaña publicitaria podrían constituir un supuesto de publicidad que atenta contra la dignidad de la mujer y, por tanto, podría calificarse como sexista e ilícita. De este acuerdo se dio traslado a las respectivas empresas responsables de las campañas comerciales para su rectificación.

De todos es conocido que **conforme el menor va avanzando en edad, va adquiriendo mayor grado de madurez, y por ello su comportamiento en todas las esferas de la vida social cada vez se hace más relevante, siendo así que en este tránsito a la vida adulta no podría quedar de lado la conducta del menor como adquirente directo de productos de consumo**. Este hecho es fuente de problemas, que como no podía ser de otro modo, son trasladados en queja al Defensor del Menor.

De este modo en la queja 18/2976 el interesado nos comenta que su hijo, menor de 14 años, ha adquirido sin contar con su autorización un videojuego, lo cual considera ilícito. De tenor similar es la queja 18/3037 habiendo adquirido en este caso el menor, sin contar con la autorización paterna, un terminal de telefonía móvil. En ambos casos los padres consideran que dicha actividad comercial había sido irregular por haberse producido la venta directa de dicho producto a un menor de edad.

Sobre este particular informamos a los interesados que la legislación permite a las personas menores de edad ser parte activa de la sociedad pudiendo generar derechos y obligaciones frente a terceras personas, todo ello con limitaciones en función del concreto sector de actividad al que hiciéramos referencia.