

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.

Es así que en materia de consumo no es infrecuente que un menor de edad realice por sí mismo compras de poca cuantía o importancia, pacíficamente asumidas en la práctica comercial sin exigirle ir acompañado de una persona adulta con capacidad para autorizar dicha transacción económica. Ahora bien, este esquema de relación comerciante-consumidor -siendo este menor de edad- se complica conforme el producto alcanza mayor valor económico o su contenido puede considerarse no apropiado para él. En tal caso la venta realizada al menor puede considerarse no válida, pudiendo la persona adulta responsable del menor solicitar su anulación, exigiendo la devolución del importe pagado.

Cuestión de tenor diferente la plantea un padre que se muestra disconforme con los servicios de tarificación adicional que incluyó la compañía con la que tenía contratada la línea de teléfono móvil de su hijo, que incluía servicio telefónico y datos para acceder a internet. Refiere que sin conocimiento ni consentimiento de su hijo, y sin que tampoco él, como titular de la línea, hubiera tenido siquiera conocimiento de ello, la compañía de telecomunicaciones le facturó unos servicios proporcionados por terceros, los cuales no habían sido ni requeridos ni contratados, siendo por tanto indebidos y en una actitud que califica de fraudulenta.

Añadía el reclamante que dichos servicios se activan al navegar por internet, sin que el usuario se percate de ello, y que este hecho reviste especial gravedad cuando el usuario es menor de edad, quien ha de recibir un trato, como usuario de las telecomunicaciones y del comercio electrónico, acorde al estatus jurídico especial que conlleva la minoría de edad.

A este respecto, aun compartiendo con el interesado las consideraciones que realizaba en su escrito de queja, y por tratarse de una relación comercial entre particulares, hubimos de informar al interesado sobre los derechos que le asisten, tanto a él como padre como a su hijo, y le informamos de manera especial de las competencias que sobre esta cuestión ostenta la Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital, que tiene operativa una Oficina de atención al usuario de las Telecomunicaciones, a la cual puede acceder la ciudadanía para presentar reclamaciones o denuncias como consecuencia de la actuación irregular de las compañías prestadoras de tales servicios (queja 18/5311).

3.2. CONSULTAS

3.2.2. TEMÁTICAS DE LAS CONSULTAS

3.2.2.8. Defensa de otros derechos

3.2.2.8. a) Consumo

En materia de consumo destaca este año las consultas recibidas respecto al cierre de idental, ya que son muchos los menores afectados por el cierre de la citada empresa.

3.2.2.8. b) Uso de internet y medios audiovisuales por menores de edad

Otros temas de interés atendidos son los relativos a la publicación de datos de menores en redes sociales, la grabación de vídeos en eventos escolares y su publicación en redes.

A título de ejemplo señalamos el caso de una familia que informa de la publicación en el canal Youtube de los datos personales de su hijo de trece años, por parte del padre de un compañero, desvelando información personal y delicada así como conversaciones privadas.