

en el partido de fútbol. Como consecuencia de dicho incidente fueron expulsados del citado club, y es por ello que solicitaron la intervención de esta institución.

En la respuesta que dimos a esta familia enfatizamos el absoluto rechazo de esta institución al comportamiento de personas adultas que para dirimir sus diferencias recurren al insulto y la descalificación, llegando incluso al empleo de violencia física, ello además en presencia de menores. Llamamos su atención sobre el esfuerzo que vienen realizando los propios menores, sus familias, colectivos sociales y Administraciones Públicas, para erradicar la violencia asociada a la práctica del deporte, siendo una muestra de tales conductas a erradicar las que se describían en su escrito de queja, y que no podíamos por menos que censurar.

También en la queja 19/4347 un padre relata el incidente ocurrido con su hijo, de 11 años de edad, mientras disputaba un partido de fútbol de competición oficial. Refiere que en el transcurso del juego su hijo sufrió una contusión en la cabeza, provocada por la patada muy violenta de un jugador del equipo contrario. Conexa con esta cuestión censuraba que con posterioridad en redes sociales, especialmente Facebook, se publicaran comentarios que hacían dudar de su versión, menoscabando de este modo la honorabilidad de su hijo.

Este incidente y sus repercusiones posteriores ocasionaron fuertes desavenencias entre esta familia, el club adversario y su entorno social, llegando al punto de haber presentado una denuncia ante los juzgados, estando en tramitación diligencias previas penales y un procedimiento civil en el juzgado de primera instancia.

3.1.2.12. Defensa de otros derechos

3.1.2.12.1. Publicidad comercial y ventas a menores

También centró nuestra actividad 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 en la queja 19/2196 una persona para nos denunciaba la existencia de una campaña de publicidad de una clínica de cirugía estética que publicitaba cirugía de aumento de pecho. En dicha campaña publicitaria venía colaborando un centro deportivo privado, mediante la colocación de carteles anunciadores en las taquillas de los vestuarios, a los cuales acceden niñas y adolescentes, muy vulnerables ante esa publicidad que cosifica el cuerpo e imagen de la mujer, tratándolo como un mero objeto de consumo.

El contenido de esta queja lo analizamos a la luz de lo establecido en el artículo 2, de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de Publicidad, que dispone que a efectos de dicha Ley se entenderá por publicidad toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

Por tanto, la publicidad de la clínica privada de cirugía estética que se venía realizando en las instalaciones del centro deportivo señalado en la queja habría de entenderse incluida en el ámbito de aplicación de la Ley.

Adentrándonos ya en el contenido de la Ley General de Publicidad, hemos de referirnos al tenor de artículo 3, que considera ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Conforme a las modificaciones introducidas en la Ley General de Publicidad por la Disposición Adicional 6.1 de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, se habrán de entender incluidas en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos

estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género.

Por otra parte, el artículo 25, de la Ley General de Publicidad, establece que cuando una publicidad sea considerada ilícita por afectar a la utilización vejatoria o discriminatoria de la imagen de la mujer, podrán solicitar del anunciante su cese y rectificación, entre otros organismos públicos, instituciones o asociaciones legitimadas, el Instituto de la Mujer o su equivalente en el ámbito autonómico.

Para apostillar la necesidad de actuación en esta cuestión también se ha de traer a colación las previsiones contenidas en la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil (incluyendo las modificaciones introducidas por la Ley 26/2015, de 28 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia), cuyo artículo 11 apartado 1, impele a las Administraciones Públicas a tener en cuenta las necesidades de los menores al ejercer sus competencias, especialmente en materia de control sobre productos alimenticios, consumo, vivienda, educación, sanidad, servicios sociales, cultura, deporte, espectáculos, medios de comunicación, transportes, tiempo libre, juego, espacios libres y nuevas tecnologías (TICs).

Dispone también el artículo 11.2.d) de la Ley de Protección Jurídica del Menor que habrá de ser un principio rector de la actuación de los poderes públicos en relación con los menores la prevención y la detección precoz de todas aquellas situaciones que puedan perjudicar su desarrollo personal.

Así pues, una vez hecho el encuadre normativo del asunto, acordamos solicitar la colaboración del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), por considerar que ese organismo tiene atribuidas competencias específicas en defensa de los derechos de la mujer, pudiendo promover actuaciones en tal sentido, informándonos el IAM que se había enviado a la empresa un requerimiento para que procediera a la retirada de la citada publicidad, con el compromiso de no reiteración, así como el cumplimiento del

Decálogo para Identificar la Publicidad no Sexista, especialmente en los puntos que habían quedado conculcados.

Una cuestión diferente abordamos en la queja 19/4992 en la que el interesado se lamentaba de las molestias que le venían ocasionando los reiterados contactos telefónicos que recibía su hijo, menor de edad, en la línea de teléfono móvil que tiene contratada, todo ello, según pudo saber, para reclamar de modo abusivo y desproporcionado una deuda a la persona que con anterioridad ostentaría la titularidad de dicha línea telefónica.

A tales efectos informamos al interesado que la cesión de sus datos personales, sin su consentimiento expreso, constituye una infracción de la legislación sobre protección de datos personales y que por ello podría ejercer ante la Agencia Española de Protección de Datos los derechos de cancelación y oposición previstos en la legislación. También le informamos que la Declaración Universal de Derechos Humanos protege la privacidad (artículo 12) señalando que nadie podrá ser objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación.

En idéntico sentido la Constitución Española (artículo 18) protege la intimidad personal y familiar, previendo que una Ley limite el uso de la informática para garantizar dicha intimidad.

Hemos actuado frente a prácticas abusivas contra menores para reclamar deudas que aconsejaba la denuncia ante las autoridades

Es por ello que una conducta que atente directamente contra la intimidad personal, con constantes llamadas telefónicas al teléfono particular e incluso con cesión de éste número de teléfono a terceros para que se vuelva a repetir esta conducta de acoso, podría considerarse que incide en las previsiones de los artículos 147, 148 y 152 del Código Penal, en los que se recoge el tipo delictivo de lesiones por maltrato -en este caso psicológico-, incluso si las lesiones causadas derivaran de una mera

conducta imprudente, estando agravadas las penas en el supuesto de que la víctima fuese menor de 12 años de edad.

En su caso también podría resultar de aplicación el artículo 169 del Código Penal, en el que se define del siguiente modo el delito de amenazas: «El que amenazare a otro con causarle a él, a su familia o a otras personas con las que esté íntimamente vinculado un mal que constituya delitos de homicidio, lesiones, aborto, contra la libertad, torturas y contra la integridad moral, la libertad sexual, la intimidad, el honor, el patrimonio y el orden socio-económico (..)».

Por su parte, el artículo 172.1 del Código Penal define del siguiente modo el delito de coacciones: «El que, sin estar legítimamente autorizado, impidiere a otro con violencia a hacer lo que la ley no prohíbe, o le compeliere a efectuar lo que no quiere, sea justo o injusto, (...)».

Tanto la empresa que reclama el cobro de forma directa, o la empresas de recobro contratadas para dicha finalidad, cuando realizan prácticas abusivas como las que acabamos de describir incurren en ilícitos penales susceptibles de ser perseguidos y sancionados por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y por los Juzgados y Tribunales de Justicia.

Por tanto, indicamos al interesado que si consideraba que su hijo estaba siendo sometido a una situación de acoso por parte de una empresa para el cobro de una deuda o que apreciaba que dicha empresa había incurrido en alguno de los ilícitos penales descritos, podría realizar una denuncia ante el Juzgado de Guardia o ante la Fiscalía detallando todos los acontecimientos que le hubieran sucedido y aportando las pruebas de que dispusiera.

3.1.2.12.2. Derechos de las familias relativos a servicios de interés general y problemas con las entidades financieras

En el ámbito de los servicios de interés general y referido concretamente al servicio de suministro eléctrico, debemos destacar durante 2019, como ya hiciéramos en 2018, las diversas quejas recibidas en las que se planteaba la difícil situación en que quedaban las familias afectadas por