



## 3.1.2.6. Protección de los derechos de la intimidad, honor e imagen personales

En el año 2020 se suscribió entre esta **Defensoría y el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) un convenio de colaboración** en el que se enfatiza la condición de dicha institución como autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales en Andalucía, tanto públicos como privados, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad, tal como establecen los artículos 131 y 217 del Estatuto de Autonomía de Andalucía.

En el articulado de dicho convenio se establece el compromiso recíproco de dar traslado a la otra Institución de aquellas peticiones, sugerencias y quejas formuladas por las personas interesadas, individual o colectivamente, que correspondieran al ámbito de competencia de la misma con la finalidad de agilizar su resolución.

Por tanto, en cumplimiento de este convenio la Defensoría ha venido dando traslado al CAA de algunas quejas o reclamaciones que entrarían en su ámbito de competencias tales como las que citamos a continuación a título de ejemplo: queja 24/6641 presentada contra una televisión local de Almonte por no acceder a publicar una nota aclaratoria sobre familiares afectados por informaciones relativas a un doble crimen cometido en la localidad; queja 24/6751 relativa a anuncios publicitarios en televisiones con contenido no apto para menores en franja horaria protegida; queja 24/6752 alusiva al problema de salud mental que sufren los estudiantes con motivo de su excesiva exposición a dispositivos y redes sociales; queja 24/7018 en la que la persona interesada se lamentaba de que su hijo apareciera en un programa de noticias de la RTVA sin su consentimiento.

En relación a **campañas publicitarias** hemos de destacar la queja presentada por una asociación en disconformidad con la campaña divulgativa que emprendió el Ayuntamiento de Almería sobre prevención de agresiones sexuales a menores que incluía imágenes que apreciadas de forma errónea pudieran considerarse como apología de la pederastia.

Tras admitir la queja a trámite el Ayuntamiento de Almería nos informó que una vez analizado el asunto, y ante el error al que podrían inducir la imágenes reproducidas en algún cartel de la campaña, así como los comentarios que se estaban produciendo en diversos medios de comunicación y, en especial, en las redes sociales digitales, procedió a retirar inmediatamente el cartel que había suscitado la polémica y que podía transmitir un mensaje totalmente opuesto al que se pretendía.

Precisaba el Ayuntamiento que el propósito de la campaña era *“conmover profundamente a la sociedad almeriense y fomentar una respuesta integral y comprometida ante la problemática de la violencia sexual, especialmente entre los menores, adolescentes y jóvenes”*, lo cual no resultó óbice para que ante la constatación de que los objetivos de la campaña que se había contratado no se estaban cumpliendo e, incluso, había suscitado, en alguna parte de la ciudadanía, una reacción opuesta a la pretendida, se dio por cancelada la campaña al instante y se retiró la cartelería de inmediato (queja 24/3784).

Destacamos también la queja presentada por distintas personas en alusión a un **logotipo** utilizado por el Ayuntamiento de Benalmádena (Málaga) que reproducía el dibujo de una niña, el cual consideraban inapropiadamente sexualizado.

En respuesta a estas quejas el Ayuntamiento vino a descartar dichas connotaciones exponiendo sucintamente como “La Niña de Benalmádena” es el principal símbolo de dicho municipio. Se trata de una obra escultórica que desde 1968 ocupa un lugar destacado en la plaza central de Benalmádena y que ha venido siendo utilizada en obsequios a autoridades, en los trofeos deportivos, en los premios del Festival Internacional de Cortometraje y Cine Alternativo (FICCAB) y en documentos oficiales, siendo así que durante muchos años estuvo su silueta como “marca de agua” de la papelería institucional e incluso una réplica exacta se encuentra en Bruselas al estar “hermanada” y por tanto considerada la “hermana” del Manneken Pis.



El logo en cuestión se desarrolló e implementó con ocasión del 50 aniversario de su creación y el nombramiento de “hijo adoptivo” de la ciudad a su autor. El dibujo o el logotipo contiene la imagen de una niña sin más detalles que su sonrisa, su rostro y carente de detalles que puedan considerarla hipersexualizada (queja 24/0476).

Por último, en relación con la autorización para el **tratamiento de datos personales de menores** recibimos la queja en la que el interesado nos exponía que el Ayuntamiento de Estepona (Málaga) venía utilizando la imagen de su hija en revistas de titularidad municipal y en redes sociales sin contar con su autorización y que tras quejarse el Ayuntamiento no le ofrecía ninguna solución, salvo una llamada de la Alcaldía para pedirle disculpas.

Tras interesarnos por el caso ante el Ayuntamiento recibimos un informe redactado por la persona que actúa como Delegado de Protección de Datos del Ayuntamiento en el que señalaba que el Ayuntamiento le había encomendado la elaboración de una instrucción con el procedimiento a seguir para obtener consentimiento de los titulares de la patria potestad en los casos de publicación, en cualquier plataforma, de datos personales de menores de 14 años. También un protocolo de actuación para subsanar posibles deficiencias, con carácter previo a la edición de cualquier publicación.

En cualquier caso nos fue confirmada la realización de un barrido en busca de los datos personales de la menor en todas las plataformas digitales del Ayuntamiento, procediéndose a eliminar todas las fotos y vídeos en los que aparecía la hija del reclamante ([queja 24/7413](#)).