

Por tanto, tratándose de una persona menor de edad que hubiera alcanzado madurez suficiente, parece un tanto excesivo el requisito inexcusable de contar con el consentimiento de sus progenitores, tutores, guardadores o representantes legales para poder colaborar en acciones de voluntariado.

3.1.5. Defensa de otros derechos

a) Uso de internet y medios audiovisuales por menores

A nadie extraña ya el cambio en los usos y costumbres sociales que ha propiciado el acceso generalizado a internet desde el propio domicilio con conexiones cada vez más potentes, situación que se ha visto potenciada con el abaratamiento de los terminales de telefonía móvil con utilidades semejantes a las de un ordenador personal.

En Andalucía actualmente es frecuente ver a adolescentes, e incluso a niños de menor edad, con sus teléfonos móviles con acceso a internet, lo cual les faculta para disponer de perfiles en las redes sociales más conocidas, compartiendo además de comentarios más o menos acertados, imágenes y videos, con el riesgo de incurrir en actividades en unos casos inapropiadas y en otros ilícitas, vulneradoras de derechos.

Son frecuentes las denuncias por vulneración del derecho a la intimidad personal y familiar y a disponer con libertad de la propia imagen de los menores en el uso de las TIC

Es por ello que en nuestra actividad como Defensor del Menor no dejamos de recibir **quejas que, con referencia expresa al vehículo de las redes sociales de internet, invocan diversas vulneraciones de derechos:** En unos casos se denuncia cómo a través de redes sociales se comparten vídeos con conductas vejatorias hacia algún menor, tratándose de vídeos con afluencia masiva de visitas y descargas (queja 17/5766 y queja 17/6424); incluso los propios padres son los autores de tales vídeos vejatorios (queja 17/4575; queja 17/4536 y queja 17/4535).



Uno de los derechos que es más invocado por su vulneración con el uso de redes sociales es el derecho a la intimidad personal y familiar y a disponer con libertad de la propia imagen. De este modo tramitamos quejas tanto alusivas a la publicación, por parte de un colegio u otra administración pública en su página web y redes sociales de imágenes de menores sin consentimiento paterno (queja 17/6514); también quejas de los propios menores o de sus familiares que denuncian como ha sido invadida su intimidad por comentarios e imágenes publicadas en redes sociales (queja 17/3173); y quizás lo más frecuente, la queja del padre o madre recientemente separado que denuncia como su ex cónyuge publica en redes sociales fotografías de su hijo sin su consentimiento (queja 17/2884 y queja 17/2427).

Pero no sólo en redes sociales se da esta circunstancia, no es infrecuente tampoco que hayamos de intervenir ante supuestos de la aparición de la imagen de un menor en un canal de televisión, sin contar con la debida autorización (queja 17/2856).

b) Publicidad comercial

Durante 2017 hemos analizado **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.**

Citamos como ejemplo las denuncias de algunos ciudadanos por la campaña de publicidad realizada por un centro comercial para anunciar el inicio del período de rebajas. Dicha campaña de publicidad incluía cartelería y anuncios en prensa en los que figuraba la imagen de una niña, vestida como una mujer adulta, utilizando dicha imagen 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.

Sobre este asunto analizamos si se producía alguna vulneración de la normativa vigente en materia de consumo. A este respecto hemos de tener presente que la defensa genérica de la ciudadanía en su condición

de personas consumidoras y usuarias no tiene por objeto la protección específica de la infancia o de la mujer, cuyos derechos precisan de mecanismos más directos y eficaces que los previstos en las normas vigentes sobre consumo.

La normativa de defensa de los consumidores no tiene por objeto la protección específica de la infancia o de la mujer, cuyos derechos precisan de mecanismos más directos y eficaces que los previstos en las normas vigentes sobre consumo

Es por ello que hubimos de centrar nuestro análisis de la propia actividad publicitaria y en concreto sobre el contenido de la imagen de la menor, vestida como mujer adulta, en las condiciones señaladas. Y sobre este particular se ha de traer a colación 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.

Adentrándonos ya en el contenido de la Ley general de publicidad, nos centramos en su 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 vulnere

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 que se sometía a la consideración de este Defensor, solicitamos la colaboración del Instituto Andaluz de la Mujer, por considerar que dicho organismo tiene atribuidas competencias específicas en defensa de los derechos de la mujer, pudiendo promover de forma directa actuaciones en tal sentido (queja 17/3703 y queja 17/3704).

3.1.6. Menores y familia

a) Conflictos en el seno de la familia

El ejercicio de nuestros cometidos como Defensor del Menor nos permiten tener una privilegiada perspectiva de la actual estructura de la sociedad andaluza, asistiendo a nuevos roles y dinámica en la organización de las familias, que son cada vez más diversas, sin responder siempre al modelo de organización tradicional.

Existen nuevos roles y dinámica en la organización de las familias, que son cada vez más diversas, sin responder siempre al modelo de organización tradicional

A este respecto las políticas públicas que inciden en una equiparación de roles entre hombre y mujer, también se procura que tanto la legislación como el contexto de relaciones laborales faciliten la conciliación del trabajo con las obligaciones familiares, y dentro de las posibilidades presupuestarias si facilitan ayudas para la integración de aquellas unidades familiares más desfavorecidas.

Pero junto con estos avances, sin duda positivos, asistimos a una situación de **constante conflictividad en algunas familias que enquistan sus diferencias y no disponen de las habilidades suficientes para resolver los problemas.** Se dan situaciones de ruptura traumática de la convivencia en pareja que afectan a los hijos comunes, que en más ocasiones de las deseadas son utilizados como elemento con que defender sus particulares intereses, cuando no para fines más espúreos centrados en hacer daño a la otra parte (queja 17/4777, queja 17/4692 y queja 17/3917).

De este modo asistimos a disputas por el régimen de guarda y custodia de los hijos, achacando a la ex pareja comportamiento negligente en el cuidado de los hijos (queja 17/0057, 17/0500 y queja 17/0497). En otras ocasiones son los propios hijos quienes tercián en la disputa y se dirigen a la Defensoría decantándose por la convivencia con el padre o la madre (queja 17/2606, queja 17/1855 y queja 17/3327).