

Consejo General de la Abogacía Española, Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid y Asociación de la Prensa de Madrid

Conclusiones y propuestas sobre el respeto a la intimidad de los menores en la divulgación de información

CONCEPTOS GENERALES

- Ningún niño debe ser objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada (artículo 16 de la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, de 20 de noviembre de 1989) Toda actividad de los medios de comunicación ya sea con la finalidad de formar, informar, entretener o dar publicidad de algún evento o producto, debe respetar el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen de los menores, teniendo presente su especial vulnerabilidad.
- El **derecho a la intimidad** es el derecho al secreto, a ser desconocido, a que los demás no sepan que somos o lo que hacemos, vedando que terceros, sean particulares o poderes públicos, decidan cuáles sean los lindes de nuestra vida privada, pudiendo cada persona reservarse un espacio resguardado de la curiosidad ajena, sea cuál sea lo contenido en ese espacio (STC 134/1999, de 15 de julio).
- El **derecho al honor** es la buena reputación, la cual –como la fama y aún la honra– consiste en la opinión que las gentes tienen de una persona (STC187/99, de 25 de octubre).
- El **derecho a la imagen** es la facultad (del titular) de disponer de la representación de su aspecto físico que permita su identificación (STC 81/2001, de 26 de marzo) o también la facultad exclusiva del titular de difundir o publicar su propia imagen, pudiendo en consecuencia evitar o impedir la reproducción y difusión, con independencia de cuál sea la finalidad de esta difusión (STS de 7 de octubre de 1996).
- El derecho a la intimidad de los menores forma parte de los **derechos de la personalidad** y está vinculado a la dignidad humana. Un atentado contra este derecho no sólo tiene efectos en el momento en que se produce, sino que puede provocar efectos negativos, difícilmente ponderables, a lo largo del desarrollo de la persona.

- Se considera **intromisión ilegítima**, la difusión de información o la utilización de imágenes o nombre de los menores en los medios de comunicación que pueda implicar menoscabo de su honra o reputación o que sea contraria a sus intereses, incluso si consta el consentimiento del menor o de sus representantes legales (artículo 4 de la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor).
- Los medios deben evitar intromisiones indebidas e ilícitas en la intimidad de los menores. Por tanto, la **libertad de prensa**, con un indudable valor en una sociedad democrática, queda supeditada a la protección debida de la infancia, tal y como se deriva de la normativa aplicable y la jurisprudencia del Tribunal Constitucional.
- Las informaciones que versen sobre un menor, que sólo podrán publicarse en atención del **interés público** de los hechos, deberán resguardar siempre su identidad, defendiendo su total anonimato y la total exclusión de su imagen mediante mecanismos de desaparición de la misma. Además, no ofrecerán datos que directa o indirectamente permitan su identificación.
- La intromisión en la intimidad o en la propia imagen del menor estará justificada y será legítima: A) Cuando lo autorice una ley. B) Cuando el menor, dueño de su imagen y de su vida privada, otorgue su consentimiento expreso. Por tanto, como primera medida, el periodista debe recabar el consentimiento del menor que lo podrá otorgar él mismo, sin otros requisitos, si sus condiciones de madurez lo permiten; o, en caso contrario, lo harán sus padres o representantes legales, de forma escrita, poniéndolo previamente en conocimiento del Ministerio Fiscal, que podrá oponerse a la divulgación en el plazo de ocho días.
- El derecho al honor, a la intimidad y la propia imagen del menor no son absolutos, sino que cuando entran en colisión con otros también constitucionalmente relevantes, como la libertad de información, hay que ponderar cuál merece mayor protección y cuándo está justificado limitar uno u otro. En todo caso, debe tenerse en cuenta que para sacrificar la intimidad de un menor en favor de la libertad de información, deben concurrir unos requisitos mínimos:
 - Que la información que se difunda sea **veraz**.
 - Que tenga un **interés histórico, científico o cultural** relevante.
 - Que **no lesione** la reputación, la dignidad o los intereses del menor.

- Podrá difundirse la imagen de una persona sin necesidad de que otorgue su consentimiento cuando:
 1. Cuando se trate de personas que ejerzan un **cargo público** o una profesión de notoriedad o proyección pública y la imagen se capte durante un acto público o en lugares abiertos al público.
 2. La utilización de la **caricatura** de dichas personas, de acuerdo con el uso social.
 3. La información gráfica sobre un **suceso o acaecimiento público** cuando la imagen de una persona determinada aparezca como meramente accesoria.

En estos casos, ante todo, debe analizarse si la difusión de la imagen puede ser contraria al interés del menor, menoscabar su honra o reputación o causarle alguna lesión y en caso de que así fuera evitar la publicación.

No obstante, debe tenerse en cuenta que la interpretación de estas circunstancias corresponde a los Tribunales, y que dicha interpretación pudiera ser distinta de la que haga el profesional. Para evitar consecuencias negativas para el medio de comunicación, éste deberá recabar el consentimiento en la forma que se ha descrito arriba. Aunque la inmediatez de la noticia no siempre lo hace posible, se debe analizar la repercusión que pudiera tener para el menor y decidir el velar su imagen o protegerla. Además, el celo, la prudencia y el análisis que se demuestre, serían tenidos en cuenta en caso de que se impusiera una sanción.

MARCO JURÍDICO

- **Hay que reflexionar sobre el actual marco jurídico para la protección de los menores.** Es muy amplio pero ha demostrado ser insuficiente, o cuando menos, poco eficaz.
- Es necesario establecer un **régimen sancionador adecuado, disuasorio y proporcionado frente a actuaciones inadecuadas de los medios de comunicación en perjuicio de los menores.** Frente a una autorregulación periodística que se ha manifestado ineficiente, la solución podría pasar por la aplicación de un Derecho Administrativo sancionador que permita establecer multas económicas.
- Es necesario que se **regulen y establezcan límites del consentimiento** expreso o tácito de los representantes legales de los menores para la

utilización de su imagen e intromisión en su intimidad para evitar que se cree un mercadeo a su costa.

PERIODISTAS

- Los periodistas deben informar desde el convencimiento de que proteger a los menores no va nunca en detrimento de la calidad de la información sino todo lo contrario.
- Es necesaria **una formación adecuada de los periodistas para no incumplir la normativa**. A este respecto, es urgente contar con documentos y material que regulen su actuación en los asuntos relacionados con los menores.
- Sería conveniente elaborar un Estatuto de derechos y obligaciones del periodista, protocolos de intervención en esta materia concreta, acciones formativas y de sensibilización para el buen ejercicio de la actividad periodística.
- Es necesario **mejorar las condiciones de precariedad** en que actualmente se desarrolla la profesión periodística, y que en alguna medida puede estar abonando un terreno que facilita que las cosas no se hagan con la profesionalidad requerida. Además, hay que apelar a la responsabilidad de los jefes y a su supervisión.
- Es necesario establecer un **régimen sancionador adecuado, disuasorio y proporcionado frente a actuaciones inadecuadas de los medios de comunicación en perjuicio de los menores**. Frente a una autorregulación periodística que se ha manifestado ineficiente, la solución podría pasar por la aplicación de un Derecho Administrativo sancionador que permita establecer multas económicas.

CONTENIDOS

- La inmediatez de la información de la época actual, dada la celeridad que supone Internet a la hora de obtener contenidos informativos, conlleva, en ocasiones, falta de la reflexión y contraste debidos por parte de los profesionales del periodismo por ese afán de dar mucha información y lo más rápido posible.
- **Es inadmisibles utilizar a los menores para conseguir mejores cuotas de audiencia**, o mejorar las ventas o los beneficios comerciales.

- Incluso aunque el propio menor o sus padres lo consientan, nunca debe divulgarse información o imágenes de menores que impliquen menoscabo en su honra o reputación, que lesionen su dignidad o que sean contrarias a sus intereses. Algunos supuestos que podrían implicar una lesión a la intimidad del menor son:
 - Informaciones que pudieran dar lugar a la identificación de un **menor delincuente**. Antes que delincuentes son menores. Debe primar el interés superior de los menores sobre cualquier otro. Es peligroso que los medios de comunicación transmitan un estereotipo negativo y criminalizador del menor que ha cometido un delito o está en conflicto con la ley, ya que puede producirse un “efecto estigmatizador” sobre el menor que pone en riesgo su adecuada reinserción social.
 - Revelación de datos que permitan la identificación de **menores víctimas de un delito**. Además, en estos casos habrá que poner una especial sensibilidad en el tratamiento del suceso y, en caso de que fuera necesario reproducirlo, deben omitirse detalles del mismo, cuya difusión pudiera provocar una nueva herida al menor sobre la que ya ha soportado.
 - Imágenes de menores en las que estos aparecen completamente identificados, **ilustrando reportajes sobre violencia** en las aulas o en el barrio, sobre delincuencia, consumo de drogas, etc.
 - Identificación de menores relacionados con la inmigración irregular, como las imágenes de los menores de edad que llegan en patera a nuestras costas.
 - Identificación de menores tutelados por la Administración Pública e ingresados en centros de protección.
 - Divulgación de datos relativos a la **salud del menor** (como haber sufrido una intoxicación por consumo de drogas o alcohol, haber tomado una píldora anticonceptiva, etc.) o los datos contenidos en informes psicológicos.
- Nunca deben utilizarse imágenes de un menor obtenidas con autorización, **en otro contexto completamente distinto** para el que no existía autorización. (Éste fue el caso de una madre que autoriza ser grabada en televisión junto con su hijo recién nacido para ilustrar un reportaje de los primeros nacimientos del año. Con posterioridad, esas mismas imágenes aparecen en un programa sobre el SIDA). Tampoco puede repetirse la divulgación de la imagen o de información sobre un menor, basándose en que se trata de reproducir hechos que ya se habían divulgado. En este punto debe tenerse en cuenta que cada nueva difusión de información puede constituir una vulneración de la intimidad.

- En lo que se refiere a los **hijos de personajes relevantes y famosos**, debe recordarse que la notoriedad y la fama es de sus padres, no de aquéllos. Los menores son sujetos distintos e independientes de sus representantes legales, por tanto, lo que estos hagan respecto de su vida privada o pública, no legitima determinadas intromisiones en la esfera privada de sus hijos, incluso a pesar de que se produzca una actitud inapropiada de alguno de los progenitores mostrando a sus hijos en programas o espacios poco adecuados, sin tener en cuenta los posibles perjuicios que pueden causar en la estabilidad psíquica del menor. En definitiva, se debe optar por una posición respetuosa frente a los hijos de personas de relevancia pública, evitando cualquier juicio de valor que pueda afectar a la reputación de estos menores, y tratar de apartarlos de la denominada prensa rosa.
- Por supuesto, siempre debe evitarse la utilización de lenguaje o de expresiones despectivas hacia los menores. También se debe evitar todo juicio de valor innecesario acerca de las circunstancias y sentimientos que acompañan a los menores.
- **Faltan contenidos adecuados para los menores.** Los contenidos existentes ofrecen una imagen distorsionada que los menores no asumen como propia y a través de la cual no se sienten identificados.
- Es necesario desarrollar contenidos dirigidos a los menores incluyéndolos en el proceso, **escuchándolos** y prestando atención a sus opiniones, al tiempo que se les educa en su capacidad de interacción con los medios.
- Los medios de comunicación suponen un potencial importante que bien utilizado puede ayudar a adquirir actitudes, estilos de vida positivos e inculcar aspectos sociales y culturales, no sólo para los niños, sino para la sociedad. Son un instrumento formidable que, **a través de un uso correcto, pueden favorecer la educación, la cultura, el ocio y la promoción de la salud.**

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

- El uso de la imagen de un niño en campañas publicitarias, ha de estar sujeto a las mismas reglas de consentimiento y conocimiento previo del Ministerio Público. En todo caso hay que evitar trivializar asuntos importantes que afectan a menores como la adopción, el maltrato, etc., así como instrumentalizar o manipular al menor o herir su sensibilidad.

- En las campañas publicitarias dirigidas a los menores de edad, debe ponerse especial cuidado en evitar generar en los niños tensión, terrores nocturnos o cualquier otro efecto perjudicial.

INTERNET

- Internet, ha introducido un elemento cualitativo diferencial que es la convergencia absoluta de todos los canales de comunicación en uno sólo, de forma que los contenidos que antes se recibían de forma divergente ahora se reciben y utilizan de forma convergente. Y en este entorno de convergencia tecnológica será necesario establecer un ámbito común de actuación y un criterio unificado.
- Internet es también un entorno interactivo, lo que significa que la protección de los menores se va a tener que plantear no sólo desde el punto de vista de receptores de los mensajes que se difunden a través de los canales de comunicación, sino también como emisores de esos mensajes.
- Hay que intentar conciliar en ese entorno de convergencia tecnológica un marco legal que garantice adecuadamente los derechos de los menores.
- Es necesario establecer un nivel básico de protección de menores en su actuación con Internet y, específicamente, dentro de las redes sociales. La protección debe pasar por la alfabetización mediática, entendida no sólo como el aprendizaje del uso de las nuevas tecnologías, sino como el aprendizaje de su entendimiento integral, enseñando a los niños a saber buscar y discriminar contenidos, proveyéndoles de habilidades conceptuales y cognitivas en este nuevo entorno digital. Un aprendizaje que se sumaría al control parental y los mecanismos de protección ofrecidos por parte de los proveedores de servicios.
- En caso de haberse extralimitado el medio de comunicación en el ejercicio de las libertades de expresión y de información, se recomienda rectificar cuanto antes y del mismo modo en que se difundió la información o se emitieron las opiniones perjudiciales para el menor.