

DERECHOS FUNDAMENTALES Y PUBLICACIÓN DE IMÁGENES AJENAS EN LAS REDES SOCIALES SIN CONSENTIMIENTO

Constitutional Rights and the Publication of Other People Images on Social Networks without Permission

JUAN MARÍA MARTÍNEZ OTERO

Universidad CEU-Cardenal Herrera

Revista Española de Derecho Constitucional
ISSN-L 0211-5743, núm. 106, Madrid, enero/abril (2016), pp. 119-148
<http://dx.doi.org/10.18042/cepc/redc.106.03>

Cómo citar/Citation

Martínez Otero, J. M. (2016).
Derechos fundamentales y publicación de imágenes ajenas
en las redes sociales sin consentimiento.
Revista Española de Derecho Constitucional, 106, 119-148.
doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/redc.106.03>

Resumen

La generalización del uso de las redes sociales en Internet conlleva nuevas prácticas comúnmente aceptadas entre sus usuarios, entre las que se encuentra la publicación de imágenes de terceras personas sin su consentimiento. El presente artículo analiza las implicaciones legales de dicha práctica, subrayando cómo se ven afectados dos derechos fundamentales: el derecho a la propia imagen y el derecho a la protección de datos personales.

Palabras clave

Derecho a la propia imagen; internet; redes sociales; derecho a la protección de datos personales.

Abstract

The success of Social Networks on the Internet brings new social behaviors, such as the publication of images of other people without their consent. This paper analyzes the legality of this practice, underlining how it affects two fundamental rights: the right to self-image and the right to data protection.

Key words

Right to one's own image; Internet; social networks; right to data protection.

SUMARIO

I. INTRODUCCIÓN. II. LA IMAGEN PERSONAL Y SU PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL: EL DERECHO A LA PROPIA IMAGEN Y EL DERECHO A LA PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES. III. LA PROTECCIÓN CIVIL DEL DERECHO A LA PROPIA IMAGEN. IV. LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y SU APLICABILIDAD A LA PUBLICACIÓN NO CONSENTIDA DE IMÁGENES EN LAS REDES SOCIALES. V. LA RESPONSABILIDAD DE LOS TITULARES DE LAS REDES SOCIALES. VI. CONCLUSIONES. *BIBLIOGRAFÍA.*

I. INTRODUCCIÓN

En ocasiones, el Derecho lleva la iniciativa en el cambio social, sirviendo como instrumento para orientar conductas y dirigir el comportamiento de las personas en un determinado sentido. Otras veces, por el contrario, se produce primero un cambio social, y es el Derecho el que ha de adaptarse al mismo, para no quedar obsoleto y ofrecer una respuesta justa a las cuestiones que la nueva situación plantea¹. En el ámbito de las nuevas tecnologías, resulta patente que nos encontramos en el segundo caso. La revolución tecnológica y digital, cuya manifestación más destacada es la aparición de Internet, ha modificado sustancialmente las relaciones sociales, y está planteando problemas novedosos ante los que el Derecho no puede permanecer impasible. *Hacking*, suplantación de identidad, ciberacoso, estafas electrónicas, creación y difusión de virus, publicación de datos personales sin consentimiento, asaltos contra la propiedad intelectual, pornografía infantil o *sexting* constituyen claros ejemplos de abusos cometidos mediante tecnologías digitales a los que el ordenamiento jurídico debe ofrecer una respuesta justa. Para ello, qué duda cabe, habrá que recurrir en muchos casos a las instituciones jurídicas que han permitido solucionar conflictos desde hace lustros, décadas o siglos. Ahora bien, en ocasiones dichas instituciones y sus conceptos deberán actualizarse, repensarse, o simplemente sustituirse, para comprender y solucionar adecuadamente las nuevas realidades.

¹ Para una reflexión en profundidad sobre la interrelación entre Derecho y cambio social, véase: Atienza (2003): 164 y ss.

Dentro de la llamada revolución digital, el uso de las redes sociales ha constituido en los últimos años una suerte de segunda revolución². Aunque esta aseveración, por rozar lo evidente, no precisaría de mayor fundamentación, valgan dos datos para sustentarla: 900 millones de personas en el mundo utilizan *Facebook* al menos una vez al mes; *Tuenti*, la red social española más exitosa, tiene registrados 13 millones de usuarios, de los cuales un 90 por ciento se sitúa entre la franja de edad de los 14 a los 35 años³. Este uso generalizado de las redes sociales en Internet está presentando nuevos desafíos al Derecho, particularmente en lo relativo a la protección de la intimidad, la propia imagen y los datos personales, tanto de los propios usuarios como de terceras personas. La euforia con la que los usuarios de las redes sociales comparten todo tipo de información propia y ajena en dichas plataformas —afectando, no sin cierta frivolidad, a varios derechos fundamentales— sitúa al Derecho ante la difícil tarea de controlar flujos de información que son, cuantitativamente hablando, prácticamente incontrolables.

El presente artículo se propone analizar qué respuesta ofrece el Derecho a una práctica casi plebiscitaria en las redes sociales: la de publicar imágenes de terceras personas sin su consentimiento. El estudio acota su alcance a aquellas imágenes de naturaleza cotidiana y, *a priori*, inofensivas —como pueden ser las de un plan de amigos, una fiesta o una reunión familiar—, excluyendo aquellas otras imágenes que por su naturaleza pueden resultar perjudiciales o comprometedoras para sus protagonistas —por ejemplo, imágenes de personas en actitudes íntimas, imágenes de acoso escolar o malos tratos, o imágenes de una persona que revelan un estado de enfermedad grave. La publicación de este segundo tipo de imágenes, menos frecuentes en las redes sociales, además de afectar de una forma más grave al derecho a la propia imagen, puede conculcar también los derechos a la intimidad y al honor. En consecuencia, merecerá un juicio de reprochabilidad más severo, y será objeto en ocasiones de una sanción de naturaleza penal⁴. Tampoco se abordará la publicación de imágenes de terceros con finalidad de suplantar su identidad, mediante la creación de perfiles falsos en las redes sociales. Esta conducta vulnera de forma patente el derecho a la propia imagen, al tiempo que puede conculcar el honor, en función del contexto en el que se publiquen las fotografías. En las siguientes páginas, pues, nos centraremos en el tratamiento jurídico que merece

² Domingo, González y Lloret (2008): 134-141.

³ Cifras obtenidas de los portales de prensa de ambas redes sociales el 10 de enero de 2013: <http://newsroom.fb.com> y <http://blog.tuenti.com/category/prensa/>

⁴ Sobre la propia imagen en Internet y su protección penal, puede consultarse: Jareño (2010): 109-126, y Puente Aba (2009): 1541-1557.

la publicación sin consentimiento de imágenes cotidianas y sin ánimo de suplantar la identidad de un tercero, conducta generalizada en las redes sociales y cuya ilicitud plantea mayores dudas dentro del marco jurídico vigente.

II. LA IMAGEN PERSONAL Y SU PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL: EL DERECHO A LA PROPIA IMAGEN Y EL DERECHO A LA PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

El art. 18.1 de la Constitución Española reconoce y protege los derechos al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen. Aunque en los primeros compases de andadura constitucional la jurisprudencia del TC consideró el derecho a la propia imagen como parte del derecho a la intimidad, hoy es aceptado unánimemente como un derecho fundamental dotado de sustantividad propia⁵.

Doctrinalmente se ha definido el derecho a la propia imagen como aquel que faculta a las personas a reproducir la propia imagen (aspecto positivo), así como a impedir que un tercero pueda captar, reproducir o publicar su imagen sin autorización (aspecto negativo)⁶. Como ha señalado el TC,

[...] en su dimensión constitucional, el derecho a la propia imagen consagrado en el art. 18.1 CE se configura como un derecho de la personalidad, derivado de la dignidad humana y dirigido a proteger la dimensión moral de las personas, que atribuye a su titular un derecho a determinar la información gráfica generada por sus rasgos físicos personales que puede tener difusión pública. La facultad otorgada por este derecho, en tanto que derecho fundamental, consiste en esencia en impedir la obtención, reproducción o publicación de la propia imagen por parte de un tercero no autorizado, sea cual sea la finalidad —informativa, comercial, científica, cultural, etc.— perseguida por quien la capta o difunde⁷.

Cada persona, por lo tanto, puede determinar en qué contexto y condiciones puede ser utilizada su imagen por terceros. La imagen gráfica de una

⁵ Con una formulación acertada, se ha afirmado que el art. 18.1 CE incluye un «tríptico jurídico» de tres derechos diferenciados: el honor, la intimidad y la propia imagen (SAP de Barcelona, de 12 de enero de 1993, FJ 3, caso *Isabel Preysler*). Desde un punto de vista doctrinal, puede verse en este sentido: Herrero-Tejedor (1994): 100.

⁶ Carreras Serra (1996): 83.

⁷ STC 81/2001, de 26 de marzo, FJ 2.

persona es una de las características más notorias de su personalidad, por lo que esta puede oponerse a su difusión —tanto en un soporte físico como en Internet—, así como controlar su comercialización. No es preciso, pues, que esa divulgación suponga un atentado contra su intimidad o su honor, sino que la mera publicación de la imagen es considerada ya como una intromisión ilegítima en la vida privada de la persona, lesionando su derecho a la propia imagen⁸.

Un elemento clave para poder considerar conculcado el derecho a la propia imagen es la reconocibilidad del individuo⁹. Como ha señalado, entre otros, De Verda,

[...] para que pueda hablarse de intromisión en la imagen de una persona, es necesario que esta resulte objetivamente reconocible, a partir de la propia representación gráfica, sin necesidad de acudir a criterios subjetivos de asociación, extrínsecos a ella misma, para identificarla¹⁰.

Una imagen de espaldas, o en la que el sujeto sea irreconocible, no vulnerará el derecho. Inversamente, la utilización de un doble con la pretensión de ser tomado por una tercera persona a la cual se parece mucho, constituirá claramente un caso de intromisión. En este mismo sentido, y en la medida en que permiten el reconocimiento de un sujeto, se ha planteado la cuestión de si el uso del nombre o la voz de una persona están protegidos por su derecho a la propia imagen. La respuesta del TC ha sido afirmativa, señalando que el derecho a la propia imagen

[...] garantiza el ámbito de libertad de una persona respecto de sus atributos más característicos, propios e inmediatos como son la imagen física, la voz o el nombre, cualidades definitorias del ser propio y atribuidas como posesión inherente e irreductible a toda persona¹¹.

Así pues, si en un perfil de una Red Social aparece el nombre de un tercero sin su consentimiento —o más remotamente, un corte de sonido con su voz—, podrá entenderse que ha habido una vulneración de su derecho a la propia imagen.

⁸ Catalá i Bas ofrece un sucinto análisis de la configuración jurisprudencial de este derecho en: Catalá i Bas (2001): 393 y ss.

⁹ Véase, por ejemplo, la STC 72/2007, de 16 de abril, FJ 3.

¹⁰ Verda y Beamonte (2007): 170.

¹¹ STC 117/1994, de 25 de abril, FJ 3.

A la hora de analizar las consecuencias jurídicas de la publicación de imágenes en redes sociales, junto con la configuración constitucional y legal del derecho a la propia imagen, hay que tener en cuenta también el derecho a la protección de datos personales, emanación del derecho a la intimidad (art. 18.4 CE)¹². Y ello porque la normativa vigente en materia de protección de datos caracteriza las imágenes de un sujeto como verdaderos datos personales.

Efectivamente, desde la Directiva 95/46/CE, de 24 de octubre, norma comunitaria pionera en relación con la protección de datos personales, se ha considerado la imagen como un dato personal del individuo, en la medida en que ofrece información del mismo¹³. En la línea marcada por la Directiva, el art. 3.º de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal define dato personal como «cualquier información concerniente a personas físicas identificadas o identificables». Por su parte, de modo más ilustrativo, el art. 5.1 del Reglamento de Protección de

¹² Ya en el año 1978, avizorando los riesgos que para la intimidad de las personas podía suponer el tratamiento informatizado sus datos, nuestro Constituyente incluyó en el art. 18 la siguiente previsión: «la Ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos». Esta protección de datos recogida en el art. 18.4 ha sido considerada, durante lustros, un círculo concéntrico más del derecho a la intimidad, derecho que protegía escalonadamente la intimidad personal (art. 18.1), la intimidad familiar y el domicilio (art. 18.2), las comunicaciones con terceros (art. 18.3), y los datos de carácter personal (art. 18.4). Empero, con la explosión de las tecnologías digitales y la consecuente facilidad de almacenamiento y difusión de ficheros con datos personales, la necesidad de proteger los datos personales ha cobrado una particular trascendencia, lo que está llevando a los operadores jurídicos a tratar el derecho a la protección de datos personales como un derecho fundamental autónomo, diferente del derecho a la intimidad. En este sentido, la STC 104/1998, de 18 de mayo, afirma que el art. 18.4 de la Constitución Española «consagra un derecho fundamental autónomo a controlar el flujo de las informaciones que conciernen a cada persona, pertenezcan o no al ámbito más estricto de la intimidad, para así preservar el pleno ejercicio de sus derechos». STC 104/1998, de 18 de mayo, FJ único. Sentencias más tempranas en relación con el art. 18.4 CE todavía se refieren al derecho a la intimidad, *v. gr.* la STC 254/1993, de 20 de julio.

¹³ El Considerando 14 de la Directiva señala: «Habida cuenta de la importancia que, en el marco de la sociedad de la información, reviste el actual desarrollo de las técnicas para captar, transmitir, manejar, registrar, conservar o comunicar los datos relativos a las personas físicas constituidos por sonido e imagen, la presente Directiva habrá de aplicarse a los tratamientos que afectan a dichos datos.»

Datos afirma que constituye un dato de carácter personal «cualquier información numérica, alfabética, gráfica, fotográfica, acústica o de cualquier otro tipo concerniente a personas físicas identificadas o identificables»¹⁴.

¿Cuál es la configuración constitucional del derecho a la protección de datos? En palabras del Tribunal Constitucional, el derecho a la protección de datos de carácter personal

[...] consiste en un poder de disposición y de control sobre los datos personales que faculta a la persona para decidir cuáles de esos datos proporcionar a un tercero, sea el Estado o un particular, o cuáles puede este tercero recabar, y que también permite al individuo saber quién posee esos datos personales y para qué, pudiendo oponerse a esa posesión o uso. Estos poderes de disposición y control sobre los datos personales, que constituyen parte del contenido del derecho fundamental a la protección de datos se concretan jurídicamente en la facultad de consentir la recogida, la obtención y el acceso a los datos personales, su posterior almacenamiento y tratamiento, así como su uso o usos posibles, por un tercero, sea el Estado o un particular¹⁵.

El derecho fundamental a la protección de datos ofrece, por lo tanto,

[...] protección frente a la recogida, el almacenamiento, la utilización y la transmisión ilimitada de los datos de carácter personal y garantiza la facultad del individuo de decidir básicamente por sí mismo sobre la difusión y la utilización de sus datos personales¹⁶.

Al igual que respecto de la propia imagen, el consentimiento del individuo se configura como el elemento clave para valorar la legitimidad del tratamiento de los datos de carácter personal. En el ámbito de las redes sociales, caber afirmar *a priori* que el sujeto podrá decidir quién posee sus datos personales —entre los que se encuentran sus fotografías—, y con qué finalidad, al tiempo que podrá oponerse a cualquier almacenamiento y tratamiento de sus datos sin su consentimiento.

Resumida a grandes trazos la protección constitucional de la imagen de una persona, a continuación se abordan los diferentes desarrollos legales que

¹⁴ El Reglamento de desarrollo de la LOPD se aprobó por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre. Para un estudio detallado acerca de la configuración de la imagen como un dato personal, véase: Rebollo Delgado (2009): 196 y ss.

¹⁵ STC 292/2000, de 30 de noviembre, FJ 7.

¹⁶ Martínez Martínez (2007): 48.

han pormenorizado la citada protección, de cara a conocer la concreta respuesta que el ordenamiento jurídico español ofrece ante la publicación no consentida de imágenes de terceros en perfiles de redes sociales.

III. LA PROTECCIÓN CIVIL DEL DERECHO A LA PROPIA IMAGEN

En el plano legislativo, hay que prestar atención en primer lugar a la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Esta Ley renuncia a recoger definición alguna de los tres citados derechos, extremo que ha sido valorado positivamente por la doctrina¹⁷. En cualquier caso, el art. 2.1 de la Ley sí ofrece a los operadores jurídicos tres criterios generales para delimitar el alcance de dichos conceptos. Estos criterios son:

1. Las previsiones legales al respecto, en lo que material o procesalmente puedan referirse a estos derechos.
2. Los usos sociales vigentes en un determinado contexto histórico y social. Efectivamente, en cada momento y lugar puede darse un sentido distinto a conceptos como honor, intimidad o propia imagen, por lo que será necesario preguntarse acerca del sentir común en torno a dichos derechos-valor.
3. Los propios actos de los afectados, que también pueden modular el ámbito de protección que sus derechos merecen.

En relación con la publicación de imágenes de terceros sin consentimiento en las redes sociales, los dos últimos criterios revisten una particular importancia, y se volverá sobre ellos.

El art. 7 de la Ley Orgánica 1/1982, de 15 de mayo, recoge dos supuestos de intromisión ilegítima en el derecho a la propia imagen: la captación, reproducción o publicación por fotografía, filme, o cualquier otro procedimiento de la imagen de una persona en lugares o momentos de su vida privada o fuera de ellos (art. 7.5); y la utilización del nombre, de la voz o de la imagen de una persona para fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga (art. 7.6).

Respecto del primer supuesto, la propia Ley Orgánica en su art. 8.2 considera legítimas las intromisiones en tres supuestos concretos, que no son los más comunes en las redes sociales y que, por lo tanto, nos limitamos a consig-

¹⁷ Entre otros, O'Callaghan (1991): 41-42.

nar: 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. Cuando se trate de la caricatura de dichas personas, de acuerdo con el uso social. 3. Cuando en la información gráfica sobre un suceso o acaecimiento público la imagen de una persona determinada aparezca como meramente accesoria.

En el segundo supuesto, recogido en el art. 7.6 de la Ley, la protección tiene un carácter patrimonial, defendiendo la propiedad que cada uno tiene sobre el propio cuerpo, la voz o el nombre, y no se aplicarán las excepciones recogidas en el art. 8.2. Cada persona puede comercializar libremente su imagen —rasgos físicos, nombre, voz—, quedando excluida la posibilidad de que lo hagan otros sin su consentimiento. Esta utilización ilícita, conectada con prácticas comerciales, puede ser de aplicación a perfiles de empresas, comercios, centros educativos, etc., en las redes sociales, cuando la finalidad de dichos perfiles sea eminentemente publicitaria o comercial.

Del somero análisis de la Ley Orgánica 1/1982, de 15 de mayo, efectuado hasta aquí, se colige, *prima facie*, que la publicación de la imagen de un tercero sin su consentimiento —fuera de las excepciones recogidas en el art. 8.2 de la Ley— constituye una intromisión ilícita en su derecho a la propia imagen. Además, conviene precisar que el consentimiento prestado para ser fotografiado no autoriza sin más la posterior publicación de la imagen. Y ello porque una persona puede consentir la captación de su imagen —posando para una foto, por ejemplo—, al tiempo que se opone a la publicación de la misma, ya sea en una Red Social o en cualquier otro medio de difusión¹⁸. La captación y la difusión de una imagen son conductas diferentes, y deberán ser autorizadas de manera independiente.

Señalado lo anterior, cabe plantearse dos cuestiones. Como ha tenido ocasión de subrayarse, la Ley Orgánica ofrece al operador jurídico tres criterios de concretización de los derechos al honor, la intimidad y la propia imagen. El primero que aquí resulta de interés es el criterio de los usos sociales imperantes en una sociedad. Si como uso hay que entender, con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, el ejercicio o práctica general de algo, no cabe duda de que hoy en día publicar imágenes de terceros sin su consentimiento en las redes sociales es un auténtico uso social. ¿Este uso social puede

¹⁸ A este respecto, resulta ejemplificativa la STS 5144/2010, de 5 de octubre, que ratifica la condena a Grupo Z por publicar una imagen de Marta Sánchez en la portada de una de sus publicaciones. La cantante, que había consentido la captación de la imagen y su difusión en la revista *Interviú*, no había consentido su publicación en ningún otro soporte.

modular el derecho a la propia imagen? O por plantear la cuestión de un modo más nítido: ¿puede un uso social ilegal configurarse como criterio legal de interpretación del derecho a la propia imagen? Si respondemos negativamente, habrá que concluir que la inmensa mayoría de usuarios de las redes sociales conculca frecuentemente el derecho a la propia imagen de terceros. Si, por el contrario, respondemos positivamente, la conclusión será que el requisito del consentimiento previo para publicar la imagen de un tercero en una Red Social ha sido abolido por los usos sociales, y deberá ser matizado o eliminado de la legislación, al menos en el campo de las redes sociales. Desde nuestro punto de vista, si bien el requisito del consentimiento previo no debe ser abandonado totalmente, la existencia de un uso social de publicación sin consentimiento sí puede operar como una eximente o atenuante de la responsabilidad civil, que deberá ser valorado oportunamente por el juez en cada caso.

La segunda cuestión que se apuntaba con anterioridad está conectada con otro de los criterios delimitadores del derecho a la propia imagen mencionados en la Ley Orgánica 1/1982: los propios actos del sujeto. A la luz de este criterio podemos preguntarnos: alguien que comparte con decenas o centenares de personas sus imágenes en la Red, ¿no ha renunciado de modo tácito a su derecho a la propia imagen, con lo que no podrá oponerse a que terceros publiquen su imagen sin solicitar su consentimiento previo? Y también: alguien que comparte imágenes de terceros sin pedirles permiso en una Red Social, ¿podrá oponerse a que se haga lo mismo con su imagen? Y es que, como el sentido común apunta, no será lo mismo publicar sin consentimiento la imagen de una persona que carece de perfil en una Red Social, que hacerlo de una persona con un perfil abierto a cualquier usuario y a través del cual comparte decenas de imágenes propias y/o ajenas. El punto de partida para ofrecer una respuesta justa y equilibrada ha de ser el reconocimiento del carácter indisponible de los derechos fundamentales. Por ello, entendemos que el sujeto siempre gozará del derecho a la propia imagen, por reducido que sea su contenido como consecuencia de sus propios actos. No obstante, en nuestra opinión sí cabe entender que alguien que ha publicado su imagen en plataformas que facilitan su difusión y reproducción —como es el caso de las redes sociales— sin preocuparse de limitar o restringir la misma, debe tener un estándar de protección del derecho a la propia imagen muy laxo. De sus propios actos se deduce una suerte de consentimiento tácito a la publicación de su imagen en el entorno de las redes sociales, que le impedirá exigir responsabilidades a quien lleve a cabo dicha conducta. El Derecho no está llamado a proteger a nadie más allá de lo que él mismo, con sus actos responsables, per-

mita¹⁹. El nudo gordiano de la cuestión radica en la falta de educación digital que muchos usuarios de las redes sociales padecen, y que les impide actuar de manera responsable: tantas veces, un usuario que comparte una imagen desde su solitaria habitación no es consciente de la difusión que la misma puede llegar a tener en la Red de redes.

Resulta más difícil de aplicar esta argumentación en torno a los propios actos, al hipotético caso de quien comparte a través de las redes sociales imágenes ajenas, que no propias, sin consentimiento. La ausencia de respeto que por los derechos de terceros pueda manifestar una persona —en nuestro caso, del derecho a la propia imagen—, no significa que dicha persona renuncie tácitamente a sus propios derechos. Y ello porque, siguiendo un razonamiento tal, deberíamos concluir que los propios actos de un moroso constituyen una renuncia tácita a cobrar sus créditos, que un asesino renuncia a su derecho a la vida, o que un torturador consiente implícitamente a ser torturado, afirmaciones contrarias a toda lógica, no solo jurídica. Por consiguiente, los propios actos de quien publica imágenes ajenas irresponsablemente en una Red Social, no pueden constituir una causa de justificación válida para publicar sus imágenes sin obtener el debido consentimiento.

Este recurso a los propios actos y los usos sociales como cauce para justificar la publicación de imágenes ajenas en una Red Social ha sido explorado por la Audiencia Provincial de Madrid, si bien quizá de forma algo abusiva²⁰. La Audiencia se pronunciaba sobre la oportunidad de clausurar, cautelarmente, un grupo de *Facebook* llamado «Salvemos al padre Abel». Dicho grupo incluía una fotografía del demandante en bañador, con dos amigos, junto con comentarios jocosos sobre su persona. A la hora de justificar la apariencia de buen derecho que el ordenamiento procesal exige para la adopción de una medida cautelar, el demandante afirmaba que el grupo vulneraba, entre otros, su derecho a la propia imagen, ya que la imagen había sido utilizada sin su consentimiento. La Audiencia, sin embargo, rechaza el citado argumento, considerando que el propio demandante había publicado previamente dicha imagen en *Facebook*. Esta publicación de la propia imagen en la Red Social faculta, según la Audiencia, tanto a la Red Social como a terceras personas a hacer uso de la misma dentro de la propia Red Social, conforme a las cláusulas contractuales de *Facebook* y a los usos sociales. El demandante, con sus propios actos, abre la puerta a la utilización de su imagen por terceros, con lo que

¹⁹ Excepción hecha de aquellas personas que no gozan de plena capacidad de obrar, como es el caso de los menores de edad.

²⁰ Auto de la AP de Madrid (Sección 11.ª), 205/2011, de 21 de julio (AC/2011/2099).

no puede posteriormente exigirles responsabilidades. Este es el razonamiento de la Audiencia:

No se ha discutido ni desvirtuado por el apelante el hecho fundamental en el que se asienta el Auto dictado: su consentimiento para que las fotografías incluidas en la red puedan ser utilizadas por los integrantes de la misma, como consta expresamente y así se ha reseñado en la Declaración de Derechos y Responsabilidades de la red social *Facebook* (...). Sentada, por tanto, esta premisa esencial del sometimiento voluntario del actor a los criterios no solo contractuales, en los términos en que se adhiere a la red libremente, sino a la práctica ordinaria de intercambio de comunicación, información, y contenidos, constituye conducta contraria a los propios actos y proscrita por nuestro ordenamiento —art. 7 del CC—, negar ahora a los demandados el uso que se hizo de la propia fotografía *colgada* —en lenguaje al uso de la red— por el demandante (...) ²¹.

Como hemos afirmado con anterioridad, la argumentación de la Audiencia nos parece abusiva, por dos motivos. En primer lugar, la Audiencia da por sentado que las cláusulas de *Facebook* habilitan a la Red Social y a sus usuarios a copiar y utilizar sin permiso imágenes de terceras personas, extremo que no resulta evidente tras una lectura detenida de las cláusulas de *Facebook* ²². Además, en el hipotético caso de que las cláusulas de la Red Social permitiesen dicha conducta, cabría cuestionarse si no se trataría de una cláusula contraria al ordenamiento jurídico español —en la medida en que según la legislación y la jurisprudencia reiterada del Tribunal Constitucional el derecho a la propia imagen es un derecho indisponible y cabe la revocación del consentimiento—, y, por lo tanto, habría de reputarse como cláusula contractual nula ²³. Por otro lado, la Audiencia presume como un uso social comúnmente admitido el acceso a perfiles ajenos, la copia de imágenes de terceros, y

²¹ Auto de la AP de Madrid (Sección 11.ª), 205/2011, de 21 de julio (AC/2011/2099), FJ 2.

²² Para llegar a la citada conclusión, la Audiencia Provincial analiza la cláusula 2.1 de las Condiciones de uso de *Facebook*, cláusula centrada en la protección de la propiedad intelectual. Sin embargo, la cláusula 5.7, bajo el rótulo «Protección de derechos de otras personas», establece: «Si recopilas información de usuarios: deberás obtener su consentimiento previo, dejar claro que eres tú (y no *Facebook*) quien recopila la información y publicar una política de privacidad que explique qué datos recopilas y cómo los usarás.»

²³ Según establece el art. 1.255 del Código Civil, «Los contratantes pueden establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por conveniente, siempre que no sean contrarios a las leyes, a la moral ni al orden público.»

la publicación de dichas imágenes en nuevos perfiles o grupos, aun contra la voluntad del interesado. En nuestra opinión, dicha presunción es errónea: la conducta descrita no ha alcanzado a día de hoy la categoría de uso social, ni es de esperar que la alcance pronto. Independientemente de estas dos afirmaciones, cuya inexactitud puede obedecer a la naturaleza eminentemente breve del acto procesal de que se trata, el Auto comentado tiene la virtud de invocar de modo pionero los usos sociales y los propios actos del sujeto como causas de justificación ante intromisiones en el derecho a la propia imagen en el entorno de las redes sociales. Será interesante conocer si esta vía de atenuación o extinción de responsabilidades encuentra asiento en la próxima jurisprudencia en relación con los derechos a la intimidad y a la propia imagen en Internet.

Abordando la sustanciación de responsabilidades, caso de constatarse un ilícito contra el derecho a la propia imagen, es preciso atender a las previsiones del art. 9 de la Ley Orgánica 1/1982²⁴. Dicho artículo establece que la tutela judicial podrá recabarse por las vías procesales ordinarias, por el procedimiento previsto en el art. 53.2 CE, o, cuando proceda, por el recurso de amparo. La protección judicial comprenderá la adopción de aquellas medidas necesarias para:

1. El restablecimiento del perjudicado en el pleno disfrute de sus derechos, con la declaración de la intromisión sufrida, el cese inmediato de la misma y la reposición del estado anterior. En este sentido, el juez deberá ordenar al usuario de la Red Social o a los responsables de la misma la eliminación de la imagen²⁵.

2. Prevenir intromisiones inminentes o ulteriores. En orden a alcanzar este fin, el juez podrá llegar a ordenar la cancelación del perfil en la Red Social, en caso de reincidencia en la conducta o de peligro de ulterior conculcación del derecho de un tercero.

3. Imponer la oportuna indemnización por los daños y perjuicios ocasionados. Para fijar la cuantía de la indemnización, habrá que prestar especial atención al daño moral que la publicación de la imagen ha podido infringir al afectado, toda vez que habitualmente la publicación de imágenes en una Red

²⁴ Más adelante analizaremos la posible responsabilidad de los titulares de la Red Social, como *Tuenti* o *Facebook*, para lo que habrá que acudir a las previsiones de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

²⁵ Con ser importante, la efectividad de esta medida resulta limitada. Una vez que una imagen ha estado disponible en la Red, puede haber sido copiada por otros usuarios, que a su vez podrán disponer de la misma sin el consentimiento del afectado.

Social no conlleva un perjuicio económico. En la determinación del daño moral, la Ley menciona como criterio a tener en cuenta «la difusión o audiencia del medio a través del que se haya producido», criterio que en el caso que nos ocupa se traduce en el número de usuarios con acceso al perfil que alojaba la imagen, así como en el número de visitas que la misma efectivamente ha recibido. Junto con el criterio de la difusión, será preciso cuestionarse si la publicación, además del derecho a la propia imagen, vulnera algún otro derecho, como el derecho al honor o el derecho a la intimidad del sujeto retratado²⁶.

4. Garantizar la apropiación por el perjudicado del lucro obtenido con la intromisión ilegítima en sus derechos. Como se ha señalado, como regla general el infractor no habrá obtenido lucro con la publicación de las imágenes en su perfil. Cabría valorar la existencia de un beneficio económico en el caso de haberse publicado la imagen en un perfil de carácter comercial, promocional o publicitario.

Todavía en el ámbito de la Ley Orgánica 1/1982, resulta necesario hacer una sucinta referencia al consentimiento de los menores de edad, uno de los grupos de usuarios más activos de las redes sociales²⁷. Legalmente, la edad mínima para darse de alta en una Red Social es catorce años²⁸. Sin embargo, muchos menores de dicha edad se dan de alta en redes sociales afirmando tener catorce años o más. Así lo ha denunciado, entre otros, la AEPD, que está haciendo importantes esfuerzos para hacer cumplir la normativa vigente en este punto. Miles de menores interactúan en las redes sociales, compartiendo imágenes propias y ajenas en sus perfiles. Junto con esta realidad, no son pocos los mayores de edad que comparten en sus perfiles fotos de menores de edad —familiares, amigos de sus hijos, alumnos, etc.—. Respecto de estas imágenes, hay que tener en cuenta dos reglas generales que establece el art. 3 de la Ley Orgánica 1/1982: el consentimiento —de los menores e incapaces deberá prestarse por ellos mismos si sus condiciones de madurez lo permiten, de

²⁶ García Sanz señala que en nuestra práctica judicial las indemnizaciones por utilización indebida del nombre o imagen de la persona no suelen ser llamativamente elevadas, siendo muy excepcionales las resoluciones que fijan cuantías indemnizatorias superiores a los 18.000 euros. García Sanz (2008): 22.

²⁷ Según el Informe *Menores y Redes Sociales en España*, más del 70 por ciento de los menores de entre 6 y 18 años son usuarios habituales de las redes sociales. *Menores y Redes Sociales en España*, Informe del Foro Generaciones Interactivas, Madrid, 2011, pp. 24 y ss.

²⁸ El art. 13.1 del Reglamento de desarrollo de la LOPD, RD 1720/2007, establece en los 14 años la edad a partir de la cual un menor puede ceder sus datos sin el consentimiento de sus representantes legales.

acuerdo con la legislación civil—; en los restantes casos, el consentimiento necesario para publicar la imagen de un menor de edad deberá recabarse por escrito de su representante legal, quien a su vez estará obligado a poner en conocimiento previo del Ministerio Fiscal el consentimiento proyectado²⁹.

Cabría preguntarse si en algunos casos puede entrar en juego la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, cuyo art. 4.2 establece un régimen de prestación del consentimiento más estricto cuando las imágenes del menor vayan a ser transmitidas por los medios de comunicación. Desde nuestro punto de vista, y salvo excepciones que habría que considerar *ad casum*, la respuesta a dicha pregunta ha de ser negativa: un perfil de una Red Social no debe ser considerado un medio de comunicación, al menos en el sentido que el Legislador de 1996 parece entenderlo. Y ello porque el número de visitas que recibe una imagen alojada en una Red Social no suele ser masivo, a diferencia de las audiencias de los medios tradicionales como la radio, la prensa o la televisión, que se cuenta por millares o millones³⁰. Ahora bien, esta exclusión de la aplicación de la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, admite excepciones, cuando la naturaleza del perfil de la Red Social o su número de visitantes los haga equiparables a un medio de comunicación. Sería el caso, verbigracia, del perfil de una cadena de televisión en una Red Social, como la cadena musical MTV; o el de una persona famosa con miles de seguidores, como el futbolista Iker Casillas o la cantante Lady Gaga³¹.

²⁹ Aunque se trata de una cuestión compleja, cuyo estudio desborda las pretensiones de estas páginas, valga consignar la existencia creciente de conflictos entre padres divorciados a la hora de consentir sobre la divulgación de las imágenes de sus hijos menores de edad.

³⁰ Con motivo de determinadas informaciones en torno a la trágica desaparición de una menor en Andalucía, la Sentencia del Juzgado de Primera Instancia número 12 de Sevilla, de 11 de marzo de 2010, FJ 7, afirma que «no es asimilable la publicidad, en cierto modo *anónima y dispersa* de un canal como *Youtube*, por más que el mismo pueda ser avistado desde cualquier parte del mundo, a la publicidad *cierta y concentrada* de un medio como la televisión (...)».

³¹ Macías Castillo, sin detenerse en matizaciones, admite la aplicabilidad de la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, a la publicación de imágenes de menores difundidas en Internet. Macías Castillo (2007): 357. En este mismo sentido, véase también la Instrucción 2/2006, de 15 de marzo de 2006, de la Fiscalía General del Estado, sobre el Fiscal y la protección del derecho al honor, intimidad y propia imagen de los menores, cuyo punto 13 está dedicado a Internet.

IV. LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y SU APLICABILIDAD A LA PUBLICACIÓN NO CONSENTIDA DE IMÁGENES EN LAS REDES SOCIALES

Una segunda ley que resulta de aplicación a la publicación de imágenes de terceras personas sin su consentimiento en las redes sociales es la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante, LOPD). Y ello por los siguientes motivos: (1) La imagen de una persona es un dato personal, a tenor del art. 3.º de la Ley y 5.1 de su Reglamento de desarrollo; y (2) un perfil de una Red Social es un fichero de datos personales que permite su tratamiento, según las previsiones de la LOPD, cuyo responsable será el titular del perfil³².

La LOPD excluye de su ámbito de aplicación aquellos ficheros mantenidos por personas físicas en el ejercicio de actividades exclusivamente particulares o domésticas, en virtud de lo que se conoce doctrinalmente como la «exención doméstica» (art. 2.2.a). El alcance de esta exención es precisado en el art. 4.º RD 1720/2007, de 21 de diciembre: «solo se considerarán relacionados con actividades personales o domésticas los tratamientos relativos a las actividades que se inscriben en el marco de la vida privada o familiar de los particulares». Por mor esta exención doméstica, cabe excluir *a priori* los perfiles de las redes sociales del marco de aplicación de la LOPD, ya que normalmente dichos perfiles son empleados con una finalidad privada o doméstica. Sin embargo, como viene interpretándose desde tribunales jurisprudenciales y doctrinales, esta exención doméstica puede no ser de aplicación en determinados supuestos: cuando se emplee la Red Social como plataforma de colaboración para una asociación o una empresa; cuando el perfil incluya datos caracterizados como sensibles; o cuando el perfil sea de libre acceso para cualquier persona o para un número muy elevado de usuarios³³. En estos casos, la LOPD

³² Para una explicación pormenorizada de estas afirmaciones, véase la Sentencia de la Audiencia Nacional, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección Primera, de 20 de abril de 2009, FJ 3.º

³³ Resulta ilustrativo consultar, a este respecto, el Informe 615/2008 del Gabinete Jurídico de la AEPD, sobre actuación de unos particulares que comparten, utilizando para ello sus páginas web, fotos de sus hijos realizando actividades extraescolares; y el Informe 197/2013, sobre la publicación de vídeos de menores en una red social deportiva. Sobre el particular, véase también Troncoso Reigada (2012): 68.

será de plena aplicabilidad, y el responsable del perfil podrá incurrir en las responsabilidades que dicha ley configura³⁴.

En concreto, quedarán sujetos a las previsiones de la legislación en materia de protección de datos, en primer lugar, aquellos perfiles de una Red Social que respondan a una finalidad comercial, política, o incluso benéfica, como pueden ser los de una empresa o asociación, un partido o personaje político, una ONG, etc. En segundo lugar, los que contengan datos sensibles, tales como los datos que revelan el origen racial o étnico, las opiniones políticas o el estado de salud³⁵. Finalmente, aquellos perfiles accesibles a un gran número de personas, bien por estar abiertos a cualquiera, bien por ser accesibles a un número tan elevado de usuarios que no pueda predicarse de los mismos una finalidad estrictamente doméstica³⁶. Cuestión espinosa será la de delimitar en este último caso qué número de «amigos» o de «amigos de amigos» puede resultar indicativo de que un perfil supera la dimensión o finalidad doméstica, quedando, por consiguiente, sujeto a las previsiones de la LOPD. Y ello teniendo en cuenta que no resulta extraño que un usuario de una Red Social tenga en su perfil más de un centenar de «amigos». Desde nuestro punto de vista, en estos casos deberá ser el juez o la AEPD quien resuelva, ante denuncias concretas y caso por caso, cuándo podrá ser de aplicación la exención doméstica y cuándo no.

¿Qué obligaciones adicionales a las previstas en la Ley Orgánica 1/1982 se imponen al titular de un perfil sujeto a la LOPD, de cara a publicar la imagen de un tercero? La respuesta es sencilla: ninguna. Los titulares de perfiles

³⁴ Para una exposición más detallada del alcance de la exención doméstica, véase el Dictamen 5/2009, sobre las redes sociales en línea, del Grupo de Trabajo del art. 29. Este Grupo de Trabajo, conocido como GT29, es el órgano consultivo europeo independiente en materia de protección de datos, y fue establecido en virtud del art. 29 de la Directiva 95/46/CE, de 24 de octubre.

³⁵ En la Resolución 369/2012, caso Little Cup, la AEPD se ocupó de la publicación de un parte de baja de una trabajadora en el perfil de *Facebook* de la cafetería en la que trabajaba. En su argumentación (Fundamento de Derecho VI), la AEPD excluye la aplicación de la exención doméstica por dos motivos: el perfil corresponde a una empresa y tiene una finalidad comercial; e incluye datos sensibles, relativos a la salud de la afectada.

³⁶ La Resolución 2261/2011 AEPD enjuicia la publicación de un vídeo con imágenes de menores en un perfil de la Red Social *Facebook*, sin consentimiento alguno ni de los menores ni de sus padres o representantes legales. En su resolución, la AEPD argumenta cómo la exención doméstica no es de aplicación al caso, por cuanto el perfil en cuestión era accesible a cualquier persona. En sentido similar, pueden consultarse las Resoluciones 1738/2011 y 1224/2010 AEPD, ambas relativas a la publicación de datos personales en perfiles de redes sociales.

sujetos a la LOPD tienen la misma obligación que el resto de usuarios: obtener el consentimiento previo del interesado antes de publicar su imagen. Efectivamente, en el art. 6.1 LOPD se lee: «el tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa». Donde sí encontramos diferencias es en el régimen sancionador, caso de no haberse recabado el requerido consentimiento. Cuando sea aplicable la LOPD la publicación de la imagen constituirá una infracción grave de la Ley (art. 44.3.b LOPD), infracción que lleva aparejada una sanción que oscila entre 40.001 y 300.000 euros (art. 45.2). Las infracciones de la LOPD son sancionadas en vía administrativa por la AEPD (art. 37.1.g de la LOPD), extremo que agiliza las reclamaciones y hace más efectiva la persecución de incumplimientos legales. Junto con las sanciones administrativas pertinentes —de cuantías ciertamente severas—, y conforme con el art. 19 LOPD, la persona afectada podrá exigir en la jurisdicción ordinaria una reparación por los daños sufridos, ya sean económicos o morales, reparación que normalmente será de carácter pecuniario³⁷.

El régimen sancionador de la LOPD, muy severo en la cuestión que nos ocupa, ha sido reformado a través de la Disposición Final Quincuagésimo Sexta de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, que entró en vigor el 6 de marzo de 2011. Esta modificación ha incorporado criterios de concreción de las indemnizaciones y atenuantes de la responsabilidad tendentes a atemperar el régimen sancionador, garantizando una mayor adecuación de las sanciones al principio de proporcionalidad.

El nuevo art. 45.4 LOPD recoge algunos criterios que pueden resultar de aplicación a la publicación sin consentimiento de imágenes de terceros en las redes sociales, de cara a mitigar la sanción a imponer. Efectivamente, el citado artículo, en sus apartados d), e) y f), incluye como criterios a tener en cuenta: el volumen de negocio o actividad del infractor; los beneficios obtenidos como consecuencia de la comisión de la infracción; y el grado de intencionalidad. En muchos de los casos a los que nos referimos en el presente artículo, no estaremos ante un negocio de gran volumen, ni se obtendrán amplios beneficios por la publicación de las imágenes. Además, el grado de intencionalidad o consciencia de estar incumpliendo una norma por parte del usuario puede ser muy reducido.

Por su parte, el art. 45.5 incluye unos criterios de atenuación concretos que permiten la aplicación de la escala inferior en grado de las sanciones (de 900 a 40.000 euros). Algunos de estos criterios ya están siendo aplicados por

³⁷ Sobre la naturaleza de esta indemnización, independiente de la sanción administrativa, véase: Aberasturi Gorriño (2013).

la AEPD con el fin de atenuar la responsabilidad de los usuarios de las redes sociales, tales como: (1) la concurrencia de varios de los criterios enunciados en el art. 45.4, expuestos con anterioridad; (2) la regularización de la infracción de forma diligente; (3) el reconocimiento espontáneo de la culpabilidad por parte del infractor; o (4) la inducción a la infracción por parte de la conducta del afectado.

Finalmente, el art. 45.6 recoge la posibilidad de sustituir la sanción por un apercibimiento «previa audiencia de los interesados y atendida la naturaleza de los hechos y la concurrencia significativa de los criterios establecidos en el apartado anterior». En estos casos no se abrirá un procedimiento sancionador³⁸. Los requisitos para que esta sustitución pueda ser llevada a cabo son dos: que los hechos fuesen constitutivos de infracción leve o grave; y que el infractor no hubiese sido sancionado o apercibido con anterioridad. En materia de propia imagen de terceros en las redes sociales, el apercibimiento puede contribuir a la sensibilización de los usuarios de redes sociales, al tiempo que de seguro evitará una excesiva contundencia en las sanciones de unas conductas que, por antijurídicas y reprobables que puedan ser, están ampliamente extendidas en la sociedad.

Para ilustrar el modo en que la AEPD viene apercibiendo o sancionando como infracciones graves la grabación y, en lo que a nosotros afecta, publicación en Internet de imágenes de terceros sin consentimiento previo, se resumen a continuación seis Resoluciones.

A través de la Resolución 617/2008 la AEPD impuso una multa de 600 euros por publicar en *Youtube* imágenes de transeúntes identificables en la calle Montera, de Madrid. Los vídeos habían sido compartidos *online* por un vecino con el propósito de denunciar la prostitución callejera en el barrio. La AEPD entendió que dichas imágenes «constituyen, en sí mismas consideradas, un tratamiento de datos en los términos de la LOPD», tratamiento que había sido llevado a cabo sin el consentimiento de los afectados. Como atenuante de la responsabilidad se consideró el hecho de que en veinte de los veintidós vídeos publicados se había distorsionado la imagen de los transeúntes para evitar su reconocimiento³⁹.

³⁸ En efecto, el apercibimiento no es propiamente una sanción, sino una forma alternativa de responder a la infracción, a través de una medida correctora encaminada a evitar la repetición futura de la acción ilegal. Sobre la naturaleza jurídica del apercibimiento resulta esclarecedora la SAN 5720/2013, de 29 de noviembre, FJ 6.

³⁹ Nótese que en el año 2008 todavía no estaban vigentes muchas de las medidas de atenuación de la responsabilidad que se han expuesto, incorporadas a la LOPD en el año 2011 por la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.

Mediante la Resolución 1800/2008 la AEPD impuso 1.500 euros de multa a un joven que publicó en *Youtube* un vídeo que mostraba burlas y vejaciones hacia un discapacitado psíquico de 46 años de Móstoles, Madrid. El vídeo, compartido sin el consentimiento del afectado, tuvo más de 4.500 visitas durante el tiempo en que estuvo disponible en la Red. Como argumenta la Resolución,

[...] en el presente caso, ha quedado acreditado que la captación y publicación en *Youtube* de imágenes de una persona, en la que puede identificarse, y que no hay constancia del consentimiento de esta para dicha captación y publicación, vulnera el principio de consentimiento regulado en el art. 6 de la LOPD y, en consecuencia, supone la comisión de una infracción tipificada como grave en el transcrito art. 44.3.d) de la citada Ley Orgánica.

Más recientemente, en su Resolución 1215/2011, la AEPD apercibió al Colegio Nuestra Señora del Pilar de Bilbao, por publicar en su página web imágenes de menores de edad sin el consentimiento paterno. La Resolución 1215/2011 se limitó a apercibir al Colegio, conforme al art. 45.6 LOPD, valorando que la infracción «resulta de una anomalía no intencionada, no constan beneficios obtenidos como consecuencia de la comisión de la infracción y por parte de la entidad imputada se han reconocido los hechos»⁴⁰.

Otro supuesto que concluyó con un simple apercibimiento y que puede destacarse es el resuelto por la Resolución 35/2012. En este caso, un miembro del Cuerpo de Bomberos del Ayuntamiento de Madrid sube al portal *Youtube* algunos vídeos que permiten identificar, entre otras personas, a algunos bomberos desempeñando su trabajo. El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno competente, interpuso una denuncia ante la AEPD subrayando que no se había recabado consentimiento alguno ni de los bomberos, ni de las autoridades del Cuerpo de Bomberos. A la hora de resolver la controversia, la AEPD se detiene en algunas alegaciones del denunciado que presumiblemente concurrirán con frecuencia en la publicación de imágenes de terceros en las redes sociales. Resumiendo las alegaciones del denunciado, el Antecedente SEGUNDO de la Resolución afirma que

[...] la mayor parte de la gente identificable son compañeros suyos que conociendo las grabaciones, muy al contrario de ofenderles, alguno declaró que le gustaban. Los vídeos no tienen como intención la denuncia, reivindicación o de

⁴⁰ Resolución 1215/2011 AEPD, Fundamento de Derecho IV.

poner en ridículo a nadie, sino la de dejar una buena impresión de la labor desarrollada por los bomberos.

En el mismo sentido, el Antecedente CUARTO recoge el siguiente extracto de un correo electrónico enviado por el denunciado a la AEPD: «Aprovecho para reiterar que: 1) los vídeos se borraron el 8 de agosto del 2011, 2) que los publiqué pensando que no era ilegal puesto que la *red* está plagada de vídeos similares y 3) que en ellos se trata con respeto a las pocas personas que salen». No cabe duda de que un alto porcentaje de usuarios de las redes sociales podrá hacer alegaciones muy similares para justificar la publicación de imágenes de terceros sin haber recabado su consentimiento. Como se anticipó, el presente caso concluyó con el mero apercibimiento de la AEPD al bombero responsable de la captación y publicación de los vídeos.

La Resolución 1082/2013 se ocupa de un caso en el que una Asociación publica en *Youtube* dos grabaciones de vídeo con imágenes y voz de una mujer y sus hijos menores de edad, sin contar con su consentimiento. En este supuesto, la AEPD entendió que concurrían algunas de las atenuantes previstas en el art. 45.5 de la Ley, con lo que a la hora de determinar la sanción aplicó la reducción de escala prevista en dicho artículo. Así, la sanción impuesta por la infracción, de carácter grave, se redujo a 3.000 euros, lejos del límite inferior de 40.001 euros aplicable *a priori* a las infracciones graves.

En el último caso que se trae a colación, la AEPD percibe a una persona por grabar sin consentimiento a un grupo de escolares durante una visita a un zoológico y compartir posteriormente las imágenes en un perfil público de la Red Social *Facebook*. La Resolución 2261/2011 argumenta que al tratarse de un perfil público su contenido queda sujeto al régimen de la LOPD, y que, por consiguiente, la publicación de los vídeos de los menores de edad sin el oportuno consentimiento constituye una infracción grave de las previsiones legales. En cualquier caso, al concurrir varias de las circunstancias atenuantes previstas en el art. 45.5 LOPD, la AEPD se limitó a apercibir al responsable⁴¹.

⁴¹ En el hiato temporal transcurrido entre la redacción original de las presentes páginas y su publicación, la AEPD ha continuado su labor sancionadora e interpretadora. Entre sus resoluciones más recientes relacionadas con nuestro objeto de estudio, cabe destacar las siguientes: Resolución 330/2015, en la que se sanciona con una multa de 1.000 euros a una persona por compartir imágenes de su ex pareja en un perfil de *Facebook* abierto a cualquier usuario; Resolución 836/2015, en la que se apercibe a un fotógrafo por incluir en su perfil profesional de *Facebook* la imagen de un menor, a quien hizo un reportaje fotográfico años atrás; Resolución 2252/2015, que impone

V. LA RESPONSABILIDAD DE LOS TITULARES DE LAS REDES SOCIALES

Hasta el momento hemos centrado nuestra atención en los conflictos particular-particular, tratando de esclarecer la responsabilidad de quienes publican imágenes de terceros sin su consentimiento en las redes sociales. Es el momento de reflexionar, siquiera brevemente, sobre los conflictos particular-Red Social, y preguntarnos por la responsabilidad de las redes sociales en este tipo de prácticas. El marco jurídico para dar respuesta a esta cuestión es establecido en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (en adelante, LSSI)⁴².

El régimen de responsabilidad de los proveedores de servicios de la sociedad de la información —entre los que hay que incluir las redes sociales que operan en nuestro país— está regulado en los arts. 13 y siguientes de la LSSI⁴³. El art. 13 establece con carácter general que «los prestadores de servicios de la sociedad de la información están sujetos a la responsabilidad civil, penal y administrativa establecida con carácter general en el ordenamiento jurídico, sin perjuicio de lo dispuesto en esta Ley». Tras esta previsión general, en los arts. 14 al 17, la LSSI describe la específica responsabilidad de los prestadores de servicios de intermediación, distinguiendo el tipo de servicio de que se trate (provisión de acceso, almacenamiento de datos, instrumentos de búsqueda, etc.) Así como en la regulación tradicional de la prensa existía una responsabilidad en cascada, por la que el editor o director del periódico respondía subsidiariamente de los contenidos publicados en su medio, análogamente podría pensarse que en Internet el proveedor de servicio debería responder de los contenidos que recomienda, alberga o transmite. Si este fuera el caso, las redes sociales deberían responder de la legalidad de los contenidos que sus usuarios comparten a través de su plataforma. Sin embargo, el para-

una sanción de 1.000 euros a un colegio por publicar sin consentimiento paterno fotografías de ciertos estudiantes en su página web, su perfil de *Facebook*, el blog del colegio y *Youtube*.

⁴² Como se lee en su artículo 1, la LSSI regula el «régimen jurídico de los servicios de la sociedad de la información y de la contratación por vía electrónica, en lo referente a las obligaciones de los prestadores de servicios (...), las comunicaciones comerciales por vía electrónica, la información previa y posterior a la celebración de contratos electrónicos, las condiciones relativas a su validez y eficacia y el régimen sancionador aplicable a los prestadores de servicios de la sociedad de la información».

⁴³ Por limitaciones de espacio omitimos una explicación acerca del ámbito territorial de aplicación de la LSSI, delimitado en los arts. 2, 3 y 4 de la LSSI. Para un análisis doctrinal detallado, véase: Peguera Poch (2010): 256-268.

digma comunicativo en el mundo digital y en Internet es sustancialmente diferente al del mundo de la prensa escrita. En el portal de vídeo *Youtube* cada minuto se suben cien horas de vídeo⁴⁴. Cada día se comparten en *Facebook* 83 millones de fotos⁴⁵. ¿Cuántas personas tendrían que ser contratadas por estos portales para supervisar la legalidad de ese material? Su control *a priori* resulta totalmente imposible, y exigir a los responsables de dichos *websites* que vigilen con carácter previo los contenidos que alojan supondría abocarles inmediatamente al colapso. Así pues, se impone la conclusión de que la responsabilidad en cascada que se aplicaba al tradicional editor de los medios unidireccionales, inspirada en el principio *respondat superior*, no resulta siempre aplicable en el nuevo paradigma comunicativo que ha traído Internet.

Con esta dificultad a la vista, el régimen de responsabilidad previsto por la LSSI en sus arts. 14 a 17 es un régimen comprensivo con el proveedor del servicio, consciente de su función de mero intermediario y de la dificultad de controlar el contenido que almacena o transmite. La norma general es la no responsabilidad por la información almacenada o transmitida, siempre que se cumplan dos condiciones: que no se tenga conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización; y que cuando se tenga, se actúe con diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos. Resumidamente, cabe concluir con Pérez Velasco y Conde Castejón, que

[...] los proveedores de servicios son responsables por los contenidos que elaboran o que se hayan elaborado por cuenta suya. Por el contrario, no serán responsables por el ejercicio de actividades de intermediación (...). Puede afirmarse que la atribución de responsabilidad jurídica guarda relación con el grado de control sobre la información de los distintos agentes que intervienen en el proceso comunicativo⁴⁶.

Así pues, respecto de los contenidos alojados en sus perfiles, las redes sociales podrán incurrir en responsabilidad civil o penal cuando tengan «conocimiento efectivo» de que determinadas informaciones o datos contenidos en perfiles son ilícitos y no actúen con diligencia para retirar dichos

⁴⁴ Dato oficial ofrecido por *Youtube*: <https://www.youtube.com/yt/press/es/statistics.html> (visita: 13 de mayo de 2014).

⁴⁵ Dato obtenido en <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook> (visita: 10 de mayo de 2014).

⁴⁶ Pérez Velasco y Conde Castejón (2002): 123.

datos o hacer imposible el acceso a los mismos. El «conocimiento efectivo» de la ilicitud del contenido alojado, por tanto, constituye el elemento principal que fundamenta la responsabilidad de los ISPs por contenidos ajenos⁴⁷.

¿Qué hay que entender por «conocimiento efectivo»? ¿Basta la mera denuncia o queja por el titular del derecho a la propia imagen, realizada directamente a los responsables de la Red Social? ¿O, por el contrario, se precisa la existencia de un documento oficial que acredite la ilicitud? La respuesta parece ofrecerla la propia LSSI, al precisar en su art. 16.1 que

[...] se entenderá que el prestador de servicios tiene el conocimiento efectivo a que se refiere el párrafo *a*) cuando un órgano competente haya declarado la ilicitud de los datos, ordenado su retirada o que se imposibilite el acceso a los mismos, o se hubiera declarado la existencia de la lesión, y el prestador conociera la correspondiente resolución, sin perjuicio de los procedimientos de detección y retirada de contenidos que los prestadores apliquen en virtud de acuerdos voluntarios y de otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse.

Dos son las posibles interpretaciones de este párrafo legal. La primera de ellas, estricta, considera que la lista ofrecida por el Legislador es una lista cerrada, con lo que solo cabría entender que el prestador de servicios tiene un «conocimiento efectivo» de la ilicitud del contenido alojado cuando exista una resolución judicial o administrativa que así lo señale. Una segunda interpretación, más amplia, señalaría que el último párrafo del art. 16.1.º contiene una lista meramente ejemplificativa, abierta, de supuestos de «conocimiento efectivo», a los que se puede y se debe añadir cualquier otro procedimiento que se estime apto para producir en el proveedor ese «conocimiento efectivo».

La jurisprudencia del TS se ha decantado por la segunda interpretación, entendiendo que junto con una resolución administrativa o judicial de ilicitud, existen otras vías de «conocimiento efectivo» para el prestador, como pueden ser «determinados hechos o circunstancias aptos para posibilitar, aunque mediatamente o por inferencias lógicas al alcance de cualquiera, una efec-

⁴⁷ Rubí Puig (2010): 7. La AEPD se ha pronunciado ya en reiteradas ocasiones sobre esta responsabilidad de los ISPs respecto de los contenidos subidos por los usuarios. En relación con la publicación in consentida de un vídeo en *Facebook*, y el deber de dicha red social de retirar el mismo, puede consultarse la reciente Resolución 1408/2014 AEPD.

tiva aprehensión» de la ilicitud de ciertos contenidos⁴⁸. En su STS 72/2011, de 10 de febrero, caso «alabarricadas.com», el TS desestimó la pretensión de exención de responsabilidad de los responsables del mencionado portal por albergar comentarios despectivos respecto de un personaje público. El tenor de los comentarios («solamente abro este tema para expresar mi odio más visceral a este gilipollas..., pedante, creído, tocapelotas/ovarios, farandulero, feo pasado por los quirófanos, mal artista, mal politiquillo, mal presentador de programas de tv, chupacámaras, etc.» o «solo siento no haber estado en el último festival que estuvo pa descalabrarle con un pedrolo del veinte») llevó al Alto Tribunal a interpretar que no era precisa una resolución judicial o administrativa para que los responsables del portal «alabarricadas.com» tuvieran certeza de la ilicitud de dichos contenidos. Este fue el razonamiento seguido por el TS: la ilicitud de los contenidos alojados «es patente y evidente por sí sola, al no depender de datos o información que no se encuentren a disposición del intermediario, (...) y constituyen una intromisión en el derecho al honor del demandante notoria y manifiesta». Por ello en este caso, para entender que existe un conocimiento efectivo, «no es precisa resolución judicial que declare la ilicitud del contenido de las mismas»⁴⁹.

En conclusión, las redes sociales incurrirán en responsabilidad si, tras tener conocimiento efectivo de la existencia de un ilícito consistente en la publicación no consentida de imágenes de terceros (bien a través de una resolución judicial o administrativa, o de otro cauce igualmente nítido), no proceden a retirar diligentemente dicho material⁵⁰. En el resto de los casos, las redes sociales no responderán de los atentados contra el derecho a la propia imagen que puedan producirse a través de sus plataformas.

⁴⁸ SSTs 773/2009, de 9 de diciembre, caso «putasgae.org», 72/2011, de 10 de febrero, caso «alabarricadas.com», y 2245/2013, de 4 de marzo. Un repaso de la evolución jurisprudencial a este respecto puede consultarse en: Plaza Penadés (2014).

⁴⁹ STS 72/2011, de 10 de febrero, FJ 4, caso «alabarricadas.com». En este mismo sentido, Rubí argumenta: «En casos en los cuales la intromisión es autoevidente, esperar a la existencia de una resolución administrativa o una decisión judicial firme agrava la posición del perjudicado, que ha de arrostrar con la persistencia de la difamación en la red hasta que la decisión gane firmeza y pueda ser comunicada al ISP que alberga los contenidos en cuestión.» Rubí Puig (2010): 12.

⁵⁰ De cara a distinguir las quejas de los usuarios respecto de imágenes indudablemente ilegales —imágenes de acoso escolar o pornografía infantil, por poner dos ejemplos—, de aquellas que carecen de esa evidencia de ilegalidad —como pueden ser imágenes de actividades cotidianas—, tanto *Facebook* como *Tuenti* piden a los usuarios que denuncian fotos que especifiquen el tipo de contenido están denunciando.

En relación con la cuestión que nos ocupa, cabe preguntarse si la mera oposición de un sujeto a aparecer de forma reconocible en una imagen de una Red Social puede, por sí misma, producir en el prestador del servicio el conocimiento efectivo de ilegalidad del que habla la LSSI. Excluida la concurrencia de una resolución administrativa o judicial que declare la ilegalidad de la imagen, queda por explorar la vía de la evidencia o la notoriedad de la ilicitud, abierta por el TS en los casos «putasgae» y «alabarricadas.com». En nuestra opinión, y respecto de una fotografía común o cotidiana —de las que se encuentran por millares en las redes sociales—, la simple oposición de un sujeto no genera evidencia de ilegalidad, ni, por lo tanto, un conocimiento efectivo de la misma en el prestador de servicios, con la consiguiente responsabilidad. Ciertamente, en estos casos de imágenes comunes el juicio de ilegalidad no se desprende de la mera observación de la imagen, como podría suceder en imágenes de pornografía infantil, acoso escolar, o enfermos con lesiones corporales, sino de elementos externos a la misma que el prestador de servicios no tiene por qué conocer ni entrar a valorar, tales como la legislación relativa a la propia imagen en un contexto espacio-temporal determinado; la efectiva identidad entre el denunciante y la persona identificable en la imagen; la concurrencia de alguna causa legal de justificación; o la existencia de un posible consentimiento previo. Por lo tanto, los responsables de las redes sociales no están obligados a retirar cualquier imagen de un usuario ante la denuncia de un tercero cuando la misma no sea notoria o manifiestamente ilícita. Y ello porque, fuera de estos casos palmarios, exigir a las redes sociales responsabilidad solidaria o subsidiaria por la ilicitud de imágenes que albergan supondría, por un lado, imponerles una fuerte carga de trabajo de análisis e investigación que probablemente muchos de ellos no estén en condiciones de desarrollar; y, por otro, investirles de una potestad de control sobre los contenidos y de ponderación de derechos en conflicto (propia imagen frente a libertades informativas) cuyo ejercicio podría resultar arbitrario y limitativo para los derechos comunicativos.

VI. CONCLUSIONES

1. La publicación de imágenes de terceras personas sin su consentimiento en un perfil de una Red Social puede vulnerar dos derechos fundamentales: el derecho a la propia imagen (art. 18.1 CE) y el derecho a la protección de los datos personales (art. 18.4 CE). Del análisis de la legislación vigente en la materia se ha concluido que la citada publicación, con ser un fenómeno generalizado, es una práctica ilegal. Ilegal, en primer lugar, conforme a la Ley Orgánica 1/982, que tipifica como una intromisión ilícita en el

derecho a la propia imagen la publicación no consentida de la imagen de un tercero. E ilegal también, en los perfiles excluidos de la exención doméstica, con arreglo a las previsiones de la LOPD, que protege los datos de carácter personal y sanciona la utilización y difusión de los mismos sin el debido consentimiento del afectado.

2. Ambas normas recogen criterios que, debidamente interpretados, permiten atenuar la responsabilidad de quien publica imágenes de terceros sin su consentimiento en un perfil de una Red Social.

La Ley Orgánica 1/1982 señala que el derecho a la propia imagen se concreta en cada caso atendiendo de tres criterios delimitadores: las leyes, los propios actos del sujeto y los usos sociales (art. 2.1). Pues bien, hemos visto que tanto los propios actos de muchos internautas, como los usos sociales vigentes en las plataformas *online* y las redes sociales, apuntan hacia una aceptación pacífica de la publicación de imágenes de terceros en las redes sociales sin solicitar un consentimiento previo. En este sentido, de cara a valorar la gravedad de la intromisión ilícita en el derecho a la propia imagen, ambos criterios están llamados a operar como un atenuante o eximente de la responsabilidad de quien publica sin permiso la imagen de un tercero.

Por su parte, desde el año 2011, la LOPD incluye un catálogo de circunstancias atenuantes que permiten aplicar la pena inferior en grado, al tiempo que prevé la posibilidad de sustituir la sanción por un mero apercibimiento cuando concurren varias de las citadas atenuantes (art. 45.4, 5 y 6). Atendiendo al catálogo de las mismas, es muy probable que en la publicación de imágenes de terceros en una Red Social sin su consentimiento concurren diversas atenuantes: la ausencia de beneficios obtenidos por la publicación, un bajo grado de intencionalidad, la regularización de la infracción de forma diligente, el reconocimiento espontáneo de la culpabilidad por parte del infractor, etc. Como se ha mostrado al resumir algunas de sus resoluciones, la AEPD está aplicando ya a la publicación de datos sin consentimiento en la Red —entre los que se encuentran las imágenes—, tanto las atenuantes como el régimen de apercibimiento previstos en la Ley.

3. En cuanto a la responsabilidad de los titulares de las redes sociales respecto de la publicación de imágenes sin permiso, el análisis de la LSSI nos ha llevado a excluir la misma, salvo en casos muy puntuales. Efectivamente, conforme al art. 16.1, los prestadores de servicios solo responderán por contenidos ajenos cuando tengan un «conocimiento efectivo» de la ilegalidad de los mismos y no procedan a retirarlo con diligencia. Y ese «conocimiento efectivo» se reducirá a los casos en los que exista una resolución judicial o administrativa declarando la ilegalidad del contenido, o cuando de la misma naturaleza de las imágenes se desprenda de modo evidente su ilegalidad. Si bien no hay que excluir que respecto de algunas imágenes exista este conocimiento

efectivo, en el ámbito de las redes sociales normalmente no concurrirá, con lo que los titulares de dichas plataformas, como regla general, no responderán de las imágenes publicadas en sus perfiles sin el preceptivo consentimiento.

4. Tras el recorrido efectuado hasta aquí, queremos concluir apuntando una vía de interpretación de la Ley Orgánica 1/1982 que puede contribuir a reducir el masivo incumplimiento del derecho a la propia imagen al que asistimos en las redes sociales. Se trata de sustituir, en unos supuestos muy determinados, el requisito de consentimiento expreso, exigido por la Ley para publicar imágenes de un tercero, por un consentimiento tácito. Dicha sustitución se aplicaría a las imágenes compartidas por personas conectadas en la misma Red Social. Así, se presumiría que una persona autoriza de forma tácita a otra a publicar imágenes suyas en un perfil de una Red Social cuando entre las dos exista un vínculo formal y voluntario en la misma Red Social. En caso de oponerse a la publicación, la persona retratada podría oponerse *a posteriori* a la publicación, cancelando así la presunción de consentimiento y pudiendo exigir a quien compartió su imagen en la Red Social la retirada de la misma. Este cambio de paradigma —del consentimiento expreso al consentimiento tácito—, aplicado a las personas conectadas voluntariamente en la misma Red Social, permitiría dar cabida dentro de la legalidad a una práctica pacífica y unánimemente admitida en el ámbito de las redes sociales. La nueva vía de prestación del consentimiento que se propone podría incorporarse al texto legal añadiendo un nuevo apartado 4.º al art. 2 de la Ley Orgánica 1/1982, de un tenor literal similar al siguiente: «En una comunidad digital o red social en la que la publicación de imágenes de terceras personas sea una práctica común entre sus usuarios, el consentimiento para la publicación de su imagen se entenderá tácitamente prestado por quien se adhiera voluntariamente a la misma. En cualquier caso, dicho consentimiento podrá ser expresamente revocado.»

Bibliografía

- Aberasturi Gorriño, U. (2013). El derecho a la indemnización en el art. 19 de la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal. *Revista Aragonesa de Administración Pública* (41-42), 173-206.
- Atienza, M. (2003). *El sentido del Derecho*. Barcelona: Ariel, 2.^a
- Carreras Serra, LL. de (1996): *Régimen jurídico de la información*. Barcelona: Ariel.
- Catalá i Bas, A. H. (2001). *Libertad de expresión e información. La jurisprudencia del TEDH y su recepción por el Tribunal Constitucional*. Valencia: Revista General de Derecho.
- Domingo, C., y Lloret, O. (2008). La Web 2.0. Una revolución social y creativa. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (74), 134-141.

- García Sanz, J. (2008). La protección civil frente a la utilización in consentida de la propia imagen para fines publicitarios o comerciales. *Doctrina judicial. Indret* (1), 1-27.
- Jareño Leal, Á. (2010). El derecho a la imagen como bien penal. En: J. Boix Reig (dir.) *La protección jurídica de la intimidad* (pp. 109-126). Madrid: Iustel.
- Herrero-Tejedor, F. (1994). *Honor, intimidad y propia imagen*. Madrid: Colex.
- Macías Castillo, A. (2007). La prestación del consentimiento de los menores en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, después de la Instrucción 2/2006 del Fiscal General del Estado. En: *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo* (pp. 345-362). Valencia: Fundación COSO.
- Martínez Martínez, R. (2007). El derecho fundamental a la protección de datos: perspectivas. *IDP: revista de Internet, derecho y política* (5), 47-61.
- O'Callaghan, X. (1991). *Libertad de expresión y sus límites: honor, intimidad e imagen*. Madrid: Edersa.
- Peguera Poch, M. (2010). Sobre la necesidad de regular el marco legal de exclusión de responsabilidad de los proveedores de servicios de intermediación. En: *Libertades de expresión e información en Internet y las Redes Sociales: ejercicio, amenazas y garantías* (pp. 256-268). Valencia: PUV.
- Pérez Velasco, M. M., y Conde Castejón, J. (2002). Regulación versus autorregulación en Internet y los nuevos servicios de comunicación. En: *Régimen jurídico de Internet* (pp. 119-128). Madrid: La Ley.
- Plaza Penadés, J. (2014). Doctrina del Tribunal Supremo sobre el *conocimiento efectivo* en la responsabilidad de los prestadores intermediarios y en el derecho al olvido. *Revista Aranzadi de Derecho y Nuevas Tecnologías* (34), 15-19.
- Puente Aba, L. M. (2009). Difusión de imágenes ajenas en Internet: ¿ante qué delitos nos encontramos? En: *Constitución, Derechos Fundamentales y Sistema Penal*, tomo II (1541-1557). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Rebollo Delgado, L. (2009). La imagen como dato. *Anuario de la Facultad de Derecho de Alcalá de Henares* (2), 177-201.
- Rubí Puig, A. (2010). Derecho al honor online y responsabilidad civil de ISPs. *Indret: Revista para el Análisis del Derecho* (4), 1-20.
- Troncoso Reigada, A. (2012). Las redes sociales a la luz de la propuesta de reglamento general de protección de datos personales. Parte 1. *IDP: revista de Internet, derecho y política* (15), 61-75.
- Verda y Beamonte, J. R. (2007). El derecho a la propia imagen. En: *Veinticinco años de Aplicación de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen* (145-179). Pamplona: Thomson Reuters-Aranzadi.