



Resolución de 8 de mayo de 2018, de la Sección Cuarta del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Equipo IVI, S.L. La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad no infringía la norma 8 (respeto al buen gusto) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:  
**Particular vs. Equipo IVI, S.L.**  
**“IVI Baby. Tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero”**

Resolución de 8 de mayo de 2018, de la Sección Cuarta del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Equipo IVI, S.L.

La reclamación se dirigió contra una publicidad difundida en televisión e internet en la que se promovía un servicio de reproducción asistida. En el anuncio difundido en televisión se afirma que *“Con el nuevo plan IVI Baby, tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero”*. En similares términos en el anuncio difundido en internet se puede leer: *“IVI Baby (...) Con este plan, tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero. Nos comprometemos con el nacimiento de tu bebé, no solo el embarazo”*.

El reclamante alegaba que la publicidad era ilícita porque se cosificaba a los bebés y se trataba la maternidad como una compraventa, lo cual, a su juicio, resultaba poco moral.

El Jurado entendió que la publicidad reclamada no era ilícita, puesto que en modo alguno traslada un mensaje al público al que se dirige que pudiera considerarse incompatible con los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contrarios a la moral o las buenas costumbres. Según su parecer, la publicidad se limita a enviar un mensaje de seguridad y certeza en la obtención de los resultados del servicio promovido y se compromete a devolver el dinero en caso de no alcanzarse el resultado esperado. En tales circunstancias, consideró que no había infracción de la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular vs. Equipo IVI, S.L.**  
**“IVI Baby. Tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero”**

En Madrid, a 8 de mayo de 2018, reunida la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Equipo IVI, S.L., emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 24 de abril de 2018, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Equipo IVI, S.L. (en adelante, “**Equipo IVI**”).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en televisión e internet en la que se promueve el servicio prestado por la reclamada consistente en un tratamiento de reproducción asistida. El anuncio difundido en televisión se inicia con la imagen de una mujer en el dormitorio junto a su pareja tratando, sin éxito, de conciliar el sueño y comprobando la hora en el reloj, mientras una voz en *off* afirma lo siguiente: “*Con el nuevo plan IVI Baby, tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero*”, afirmación ésta que aparece también sobreimpresionada en la pantalla. A continuación, la protagonista se inclina en la cama pensativa y sonriente mientras la voz en *off* sigue afirmando “*Por eso Marta acaba de ser consciente de que va a ser mamá, aunque aún no está embarazada. IVI, donde nace la vida*”.

En el anuncio difundido en internet se puede leer: “*IVI Baby (...) Con este plan, tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero. Nos comprometemos con el nacimiento de tu bebé, no solo el embarazo*”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “Publicidad Reclamada”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es ilícita pues, según aduce, cosifica a los bebés y trata la maternidad como una compraventa, lo cual, a su juicio, resulta poco moral.

4.- Traslada la reclamación a la empresa Equipo IVI, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él alega, en primer lugar, que la razón aducida por la reclamante para sustentar el eventual carácter ilícito de la publicidad controvertida está basada en un simple juicio de valor y, como tal, en una interpretación subjetiva carente de sustento fáctico. En segundo lugar, la reclamada argumenta que el mensaje principal que traslada la publicidad es simplemente un compromiso de que si finalmente IVI no consigue que la mujer o la pareja tenga,



efectivamente, un hijo, se le devuelve el dinero, lo cual, a juicio de la reclamada, ni es deleznable, ni cosifica a los bebés ni supone tratar la maternidad como una compraventa, y es, además, plenamente coherente con la promoción anunciada.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad objeto de esta Resolución a la luz de lo dispuesto en la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante, "**Código de Autocontrol**"), que establece que "*La publicidad no deberá incluir contenidos que atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres*".

Como ya se ha expuesto en los antecedentes de hecho de la presente Resolución, la particular reclamante entiende que la publicidad reclamada cosifica a los bebés, por lo que resulta contraria a la moral.

2.- Pues bien, esta Sección ha procedido a visionar el anuncio reclamado, con el fin de determinar si, a su juicio, éste transmite un mensaje contrario al buen gusto y el decoro social o a las buenas costumbres, conceptos éstos que, como es doctrina de este Jurado, han de interpretarse en atención de las circunstancias concretas de cada caso, pues son conceptos abiertos e indeterminados. Y, tras llevar a cabo este análisis y con todos los respetos a la interpretación que el particular defiende, la Sección concluye que no puede compartir esa interpretación. Al contrario, entiende este Jurado que en el presente caso nos encontramos ante una publicidad que en modo alguno traslada un mensaje al público al que se dirige que pudiera considerarse incompatible con los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra la moral o las buenas costumbres.

En efecto, la publicidad que nos ocupa trata de enviar, a través de diversas imágenes (como, por ejemplo, la imagen de la mujer intranquila, tratando de conciliar el sueño por contraposición a la paz y la sonrisa que esboza al percatarse de que va a tener un hijo gracias, supuestamente, al tratamiento promovido) y alegaciones ("*Con el nuevo plan IVI Baby, tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero*") un mensaje de seguridad y certeza en la obtención de los resultados del servicio promovido; a saber: un tratamiento de reproducción asistida. Y a juicio de este Jurado, lo hace además de forma respetuosa, sin reflejar situaciones o escenas que puedan ser percibidas por el público de los consumidores y, en particular, por un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz como contrarias a la moral o al buen gusto. No hay, en efecto, en el anuncio ningún elemento que pueda resultar extremadamente hiriente o impactante, sino que simplemente se sirve de la alegación "*Con el nuevo plan IVI Baby, tu bebé recién nacido o te devolvemos el dinero*" como medio para trasladar al público el mensaje según el cual el anunciante garantiza los resultados esperados, asumiendo la devolución del pago efectuado por el consumidor -por la prestación de los servicios de reproducción asistida- en caso contrario.

En suma, difícilmente podría ser calificada como contraria a la moral, al buen gusto, al decoro social o a las buenas costumbres, una publicidad que se limita a trasladar al público un mensaje de confianza y seguridad en el servicio promovido que, no en vano, consiste en un tratamiento de reproducción asistida, valiéndose para ello



de un recurso publicitario conocido y recurrente, consistente en manifestar un compromiso de devolución del dinero abonado en caso de no alcanzar el resultado esperado, a través de la alegación “*o te devolvemos el dinero*”. Y lo hace, además, con un tratamiento cuidado, en el sentido de no exponer a los telespectadores al visionado de imágenes que puedan resultar especialmente duras, extremas o de alto impacto.

En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la Publicidad Reclamada no infringe la norma 8 del Código de Autocontrol.

Por las razones expuestas, la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol.

#### **ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Equipo IVI, S.L.