



Resolución del 21 de marzo de 2019 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular a través de la página web tvinfancia.es, y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC) en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo para el fomento de la Corregulación sobre Comunicaciones Comerciales en Televisión de 30 de junio de 2015 suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa la empresa HRA Pharma Iberia S.L. La Sección consideró que la publicidad no era incompatible con la norma 8 (respecto al buen gusto) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

### Resumen resolución: Particular (CNMC) vs. HRA Pharma Iberia S.L. (“Ellaone. TV”)

Resolución del 21 de marzo de 2019 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular a través de la página web tvinfancia.es, y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC) en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo para el fomento de la Corregulación sobre Comunicaciones Comerciales en Televisión de 30 de junio de 2015 suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa la empresa HRA Pharma Iberia S.L.

La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en televisión en la que se promueve un medicamento (un anticonceptivo). El anuncio se inicia con la imagen de una cartelera azul ubicada en una habitación y sobrepuesta la afirmación “*Mi día después*”. A continuación, aparecen diversas imágenes de parejas en la cama y seguidamente pueden verse imágenes de diversas mujeres pensativas, caminando con parejas, etc., y finalmente una mujer que entra en una farmacia para pedir el medicamento promocionado. A lo largo de todo el anuncio puede oírse a una mujer, voz en *off*, afirmando lo siguiente: “*Aquí estoy, el día después. Hubo un fallo y podría quedarme embarazada. ¿Dejo que ocurra? ¿Tener hijos? Ya veremos. Pero no ahora. Aun puedo evitarlo. Ahora puedo decidir hacer lo que creo que es bueno para mí. Porque es mi decisión. Es mi futuro. Es mi día después*”. El anuncio termina con una voz en *off* que en nombre de la anunciante advierte de lo siguiente: “*Si has tenido una relación sexual sin la protección adecuada, tienes ellaOne. Eficaz cuando más importa. Lea las instrucciones de este medicamento y consulta al farmacéutico*”.

El Jurado entendió que la publicidad reclamada no podía ser calificada como contraria al buen gusto, al decoro social o a las buenas costumbres en la medida en que se limitaba a reflejar de manera neutra una situación real, como lo es la posibilidad de quedarse embarazada, pero sin incluir en ningún momento imágenes de contenido sexual explícito. A mayor abundamiento, resultó acreditado que la publicidad fue



difundida fuera de las franjas horarias de protección reforzada de los menores. En tales circunstancias, el Jurado consideró que la publicidad reclamada no infringía de la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.



## Texto completo de la resolución Particular (CNMC) vs. HRA Pharma Iberia S.L. (“Ellaone. TV”)

En Madrid, a 21 de marzo de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo para el fomento de la Corregulación sobre Comunicaciones Comerciales en Televisión de 30 de junio de 2015, suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa HRA Pharma Iberia S.L., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I.- Antecedentes de hecho

1.- El pasado 7 de marzo de 2019, la CNMC, en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo para el fomento de la Corregulación sobre Comunicaciones Comerciales en Televisión de 30 de junio de 2015, suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, dio traslado al Jurado de Autocontrol de la reclamación presentada por un particular en la página web tvinfancia.es, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa HRA Pharma Iberia S.L.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en televisión en la que se promueve un medicamento (un anticonceptivo). El anuncio se inicia con la imagen de una cartela azul ubicada en una habitación y sobrepuesta la afirmación “*Mi día después*”. A continuación, aparecen diversas imágenes de parejas en la cama y seguidamente pueden verse imágenes de diversas mujeres pensativas, caminado con parejas, etc., y finalmente una mujer que entra en una farmacia para pedir el medicamento promocionado. A lo largo de todo el anuncio puede oírse a una mujer, voz en *off*, afirmando lo siguiente: “*Aquí estoy, el día después. Hubo un fallo y podría quedarme embarazada. ¿Dejo que ocurra? ¿Tener hijos? Ya veremos. Pero no ahora. Aun puedo evitarlo. Ahora puedo decidir hacer lo que creo que es bueno para mí. Porque es mi decisión. Es mi futuro. Es mi día después*”. El anuncio termina con una voz en *off* que en nombre de la anunciante advierte de lo siguiente: “*Si has tenido una relación sexual sin la protección adecuada, tienes ellaOne. Eficaz cuando más importa. Lea las instrucciones de este medicamento y consulta al farmacéutico*”.

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, a su entender, resulta demasiado explícita en un horario para todos los públicos.

4.- Traslada la reclamación a la empresa HRA Pharma Iberia S.L., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, sostiene, que tanto el anuncio como su horario de emisión no son ilícitos.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar si la publicidad reclamada es contraria a la Norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (**en lo sucesivo, el “Código de Autocontrol”**), la cual dispone 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”.*

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento parece considerar que la publicidad que nos ocupa es ilícita porque resulta demasiado explícita, entendemos, respecto al hecho de mantener relaciones sexuales.

3.- Esta Sección –y desde el máximo respeto a la opinión del particular- no puede compartir esta alegación que acabamos de exponer por las siguientes razones:

En primer término, el producto promovido en la publicidad reclamada es un anticonceptivo. A juicio de este Jurado está, pues, plenamente justificado, y así lo entenderá un consumidor medio, que en la publicidad aparezcan imágenes de parejas sea en un dormitorio, sea en otros lugares íntimos, pues existe una evidente conexión entre éstas y el producto promovido.

Pero es que además, y en segundo término, en la publicidad reclamada no hay elemento ni imagen alguna que tenga un contenido sexual explícito; el anunciante se limita a exponer una situación real como vía para transmitir el mensaje que desea trasladar, y que no es otro que con el producto promovido se pueden evitar embarazos no deseados. Y para ello, se sirve de algunas imágenes en las que aparecen de forma completamente neutra parejas descansando o despiertos en la cama, lo cual no puede considerarse, ni el consumidor medio considerará, contrario al buen gusto, al decoro social o a las buenas costumbres.

En suma, difícilmente podría ser calificada como contraria al buen gusto, al decoro social o a las buenas costumbres, una publicidad que se limita a reflejar una situación real, como lo es la posibilidad de que quedarse embarazada, para promocionar el producto que en ella se promueve. Y lo hace de manera neutra, en el sentido de que no aparecen imágenes con contenido sexual explícito.



4.- A mayor abundamiento, ha de hacerse constar que, en el caso que nos ocupa, tampoco consta que la publicidad haya sido difundida dentro de las franjas horarias de protección reforzada.

En efecto, según la información aportada al procedimiento, este Jurado, ha podido comprobar que, en el día objeto de la reclamación, esto es, el día 26 de febrero de 2019, el anuncio reclamado fue emitido en Discovery Max a las 20 horas y 27 minutos; esto es, fuera de las franjas de protección reforzada previstas tanto en el artículo 7 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, como en la norma III.2 del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia, suscrito entre la Vicepresidencia del Gobierno y los operadores de televisión en el marco del acuerdo para el fomento de la autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia de fecha 9 de diciembre de 2004. Conforme a lo dispuesto en las citadas normas, las franjas de protección reforzada de los menores son las siguientes: entre las 8 y las 9 horas y entre las 17 y las 20 horas en el caso de los días laborables y entre las 9 y las 12 horas sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal.

Por todas esas razones, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad reclamada no infringiría la norma 8 del Código de Autocontrol.

Por las razones expuestas, la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol

## **ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa HRA Pharma Iberia S.L.