

**ACUERDO POR EL QUE SE DA CONTESTACIÓN A LA CONSULTA DEL DEFENSOR DEL PUEBLO EN RELACIÓN CON EL SUBTITULADO Y OTROS CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN TELEVISIÓN.**

**CNS/D TSA/196/15**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

**Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D. Josep Maria Guinart Solà

D<sup>a</sup>. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 16 de julio de 2015

Con fecha 28 de abril de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) un escrito del Defensor del Pueblo, comunicando que se ha recibido en esa institución un escrito del Gerente del Comité Español de Representantes con Discapacidad (CERMI).

Según el escrito del Defensor del Pueblo, CERMI *“indica que las principales empresas de nuestro país no incorporan en sus campañas de publicidad/difusión el subtítulo y otros criterios de accesibilidad en beneficio de las personas con discapacidad.*

*Según se expone, estas cuestiones están vinculadas, por un lado, a hacer efectivo el derecho a la información de las personas con discapacidad, las cuales representan el 10% de la población mundial, a las que hay que añadir a sus familiares, y de otro, supone en definitiva olvidarse de un amplio número de personas susceptibles de ser agentes de los distintos grupos de interés de cualquier empresa como consumidores, accionistas, trabajadores o proveedores.”*

Finalmente, se solicita el envío de información sobre los aspectos señalados a fin de proceder a un estudio más profundo sobre las cuestiones suscitadas.

### **Primero.- Habilitación competencial.**

En cuanto a la competencia de la CNMC sobre este asunto, de conformidad con el apartado tercero del artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC,

*“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual. En particular, ejercerá las siguientes funciones:*

*[...] 3. Controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas para hacer efectivos los derechos del menor y de las personas con discapacidad conforme a lo establecido en los artículos 7 y 8 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo”.*

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley CNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC, el órgano decisorio competente para conocer este asunto es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

### **Segundo.- Régimen jurídico aplicable.**

El artículo 8 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante la LGCA), regula los derechos de las personas con discapacidad en los siguientes términos:

- 1. Las personas con discapacidad visual o auditiva tienen el derecho a una accesibilidad universal a la comunicación audiovisual, de acuerdo con las posibilidades tecnológicas.*
- 2. Las personas con discapacidad auditiva tienen el derecho a que la comunicación audiovisual televisiva, en abierto y cobertura estatal o autonómica, subtitule el 75% de los programas y cuente al menos con dos horas a la semana de interpretación con lengua de signos.*
- 3. Las personas con discapacidad visual tienen el derecho a que la comunicación audiovisual televisiva, en abierto y cobertura estatal o autonómica, cuente al menos con dos horas audiodescritas a la semana.*
- 4. Los poderes públicos y los prestadores fomentarán el disfrute pleno de la comunicación audiovisual para las personas con discapacidad y el uso de buenas prácticas que evite cualquier discriminación o repercusión negativa hacia dichas personas.*

*Con objeto de garantizar la calidad del servicio y la satisfacción de las personas destinatarias, los prestadores del servicio de comunicación*

*audiovisual deberán atenerse, en la aplicación de las medidas de accesibilidad, a las normas técnicas vigentes en cada momento en relación con la subtitulación, la emisión en lengua de signos y la audiodescripción. Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual podrán emplear, excepto la Corporación RTVE, el patrocinio para sufragar las medidas de accesibilidad. [...]*

Por su parte, en la disposición transitoria quinta se establece un calendario de implantación de los servicios de apoyo para las personas con discapacidad, regulándose de la siguiente manera:

1. *“Los servicios de accesibilidad de las personas con discapacidad en la programación de los canales a que se refiere el artículo 8 deberán haber alcanzado a 31 de diciembre de cada año los siguientes porcentajes y valores:*

	2010	2011	2012	2013
<i>Subtitulación</i>	25%	45%	65%	75%
<i>Horas lengua signos</i>	0,5	1	1,5	2
<i>Horas audiodescripción</i>	0,5	1	1,5	2

2. *Los servicios de accesibilidad de las personas con discapacidad en la programación de los canales de servicio público deberán haber alcanzado a 31 de diciembre de cada año los siguientes porcentajes y valores:*

	2010	2011	2012	2013
<i>Subtitulación</i>	25%	50%	70%	90%
<i>Horas lengua signos</i>	1	3	7	10
<i>Horas audiodescripción</i>	1	3	7	10

[...]

5. *Los canales de televisión de nueva emisión deben alcanzar los tiempos y porcentajes fijados en el artículo 8 en el plazo de cuatro años, extrapolando la escala del apartado 1.”*

### **Tercero.- Consideraciones sobre el contenido del escrito de CERMI.**

Respecto a lo solicitado por el Defensor del Pueblo, se procede a informar sobre lo siguiente:

En cuanto al tratamiento de las personas con discapacidad ante los medios audiovisuales, la mayoría de la normativa dictada con anterioridad a la LGCA (básicamente, la disposición final séptima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad

universal de las personas con discapacidad; la disposición adicional segunda de la Ley 10/2005, de 14 de junio, de medidas urgentes para el impulso de la televisión digital terrestre, de la liberalización de la televisión por cable y de fomento del pluralismo; o el artículo 10 del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social), se refiere a la no discriminación de las personas con discapacidad en cuanto a las condiciones de acceso a los medios de comunicación social y al impulso de las medidas necesarias para garantizar ese acceso.

Esta última norma en su artículo 10 prevé que las personas con discapacidad tendrán acceso a los contenidos de los medios de comunicación audiovisual con arreglo a las disponibilidades que permite el progreso técnico, los diseños universales y los ajustes razonables que, para atender las singularidades que presentan estas personas, sea preciso llevar a cabo.

Asimismo, dispone que los contenidos audiovisuales de la televisión serán accesibles a las personas con discapacidad mediante la incorporación de la subtitulación, la audiodescripción y la interpretación en lengua de signos, **en los términos establecidos específicamente en la legislación general audiovisual, que regulará con carácter de norma básica, las condiciones de acceso y no discriminación en los contenidos de la televisión.**

Es decir, el Real Decreto 1494/2007 fijaba unas condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a los servicios relacionados con los medios de comunicación social, pero se remitía a los términos establecidos en la legislación general audiovisual.

Estos términos se concretan en la LGCA y por primera vez se regulan en una norma de rango legal los servicios de accesibilidad en los medios audiovisuales hacia las personas con discapacidad, estableciendo que éstas tienen derecho a una accesibilidad universal a la comunicación audiovisual **de acuerdo con las posibilidades tecnológicas.**

Para ello, y en atención a las personas con discapacidad auditiva y visual se fijan unos porcentajes de subtulado y se concretan un número mínimo de horas a la semana de lengua de signos y de audiodescripción para determinados canales de televisión, aquellos que tengan una **cobertura estatal o autonómica y que se reciban en abierto.**

Sin embargo, la obligatoriedad de subtítular las emisiones se circunscribe a los programas (**75% de los programas**), pero nada se dice en relación a la difusión de publicidad o de las campañas publicitarias. Incluso aunque se entendiera que la obligatoriedad de subtulado afecta al tiempo de emisión y no al porcentaje de los programas, ello tampoco significa que los prestadores del

servicio de comunicación audiovisual estén obligados a subtítular las emisiones publicitarias. Lo mismo cabe decir respecto a la obligatoriedad de emitir en lengua de signos o de audiodescribir determinado número de horas a la semana. La LGCA no determina cuál es el tipo de contenidos que deben ser accesibles mediante estos medios.

En definitiva, la obligatoriedad de facilitar la accesibilidad a las personas con discapacidad auditiva o visual, y en los porcentajes y valores mencionados, únicamente se regula para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que disponen de canales de televisión en abierto y con cobertura estatal o autonómica. Asimismo, dicha obligatoriedad no afecta de manera directa a la difusión de publicidad y campañas publicitarias y, en todo caso, se ha de tener en cuenta las posibilidades tecnológicas, ello sin perjuicio de las medidas que la autoridad audiovisual pueda tomar para fomentar y ampliar el derecho a la accesibilidad a la comunicación audiovisual y para prohibir cualquier tipo de discriminación al respecto.

En este sentido, adicionalmente a estas normas concretas de obligado cumplimiento contempladas en la LGCA, y con el objetivo de impulsar la incorporación de productos y servicios que sean accesibles a las personas con discapacidades y de garantizar una cierta calidad en la accesibilidad, la LGCA prevé que los poderes públicos y los prestadores fomentarán el uso de buenas prácticas que prohíba cualquier discriminación o repercusión negativa hacia dichas personas.

Es decir, en última instancia esta previsión remite a la creación de unos sistemas de autorregulación o corregulación, a través de los cuales se puedan promulgar unos códigos de conducta o de buenas prácticas que promuevan la adopción de medidas no contempladas en la Ley o que mejoren las allí previstas. Estas medidas pudieran ir desde la prohibición de la utilización de lenguaje discriminatorio relacionado con las personas con discapacidad en los medios de comunicación, pasando por establecer moduladores cualitativos y no sólo cuantitativos que satisfagan plenamente la accesibilidad de estas personas, o la adopción de medidas de accesibilidad a las campañas publicitarias y no solamente a los programas de televisión.

#### **Cuarto.- Datos de publicidad subtitulada en marzo y abril de 2015.**

Según lo analizado en el apartado anterior, no existe una obligación legal de subtítular o realizar otras medidas de accesibilidad en relación con las campañas de publicidad que se emitan. No obstante, del seguimiento efectuado durante los meses de marzo y abril de 2015 en los canales de televisión de ámbito estatal y en abierto, se han obtenido los siguientes datos:

Los anuncios que han sido estudiados son aquellos en los que el subtítulado se ha emitido a través del flujo de teletexto de la señal DVB, excluyendo de esta forma los anuncios con el subtítulo incrustado en la propia imagen del anuncio,

es decir, aquellos que tienen sobreimpresiones accesibles sin necesidad de elegir la opción de subtítulo.

Se ha de hacer la observación de que la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española prohíbe la emisión de publicidad en los canales de RTVE, con las excepciones allí indicadas.

Del resto de canales en abierto se han encontrado anuncios con subtítulo en siete canales de televisión: Antena 3, La Sexta, Telecinco, Cuatro, Divinity, Energy y FDF.

Se han detectado un total de 6 anuncios subtítulos, pertenecientes a 3 marcas distintas, con el siguiente detalle de pases y tiempo de subtítulo.

<b><u>Canal</u></b>	<b><u>Número anuncios</u></b>	<b><u>Tiempo subtítulo</u></b>
<b>Antena 3</b>	230	1h23'
<b>Cuatro</b>	85	32'
<b>Divinity</b>	87	33'
<b>Energy</b>	88	33'
<b>FDF</b>	176	1h5'
<b>laSexta</b>	67	28'
	115	45'
<b>TOTAL</b>	<b>848</b>	<b>5h19'</b>