

## La CNMC constata que la accesibilidad y la presencia de personas con discapacidad son muy residuales en la publicidad en televisión

- Las personas con discapacidad son el 9,4 % del total de la población en España y, en cambio, los anuncios emitidos en los que existe presencia de personas con discapacidad suponen menos del 1 % del total.
- Se han analizado cerca de 4.000 comunicaciones comerciales en televisión.

**Madrid, 11 de diciembre de 2023.-** La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) acaba de publicar su informe en el que analiza el grado de accesibilidad y la presencia de personas con discapacidad en las comunicaciones comerciales emitidas por los prestadores de comunicación audiovisual de ámbito estatal. ([INF/DTSA/280/23](#))

El objetivo de este informe es medir la proporción de contenidos subtítulos, audiodescritos y signados en la publicidad televisiva. También analiza la presencia de personas con discapacidad perceptible por el telespectador.

La recién aprobada [Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual \(LGCA\)](#), exige en su articulado a los prestadores audiovisuales “fomentar la difusión de comunicaciones comerciales accesibles”. Además, también exige la promoción de una comunicación audiovisual inclusiva en la forma de presentar a las personas con discapacidad, garantizando que la presencia de estas personas sea proporcional al peso y a la participación de estas en el conjunto de la sociedad.

Destacamos algunas de las conclusiones alcanzadas tras el análisis:

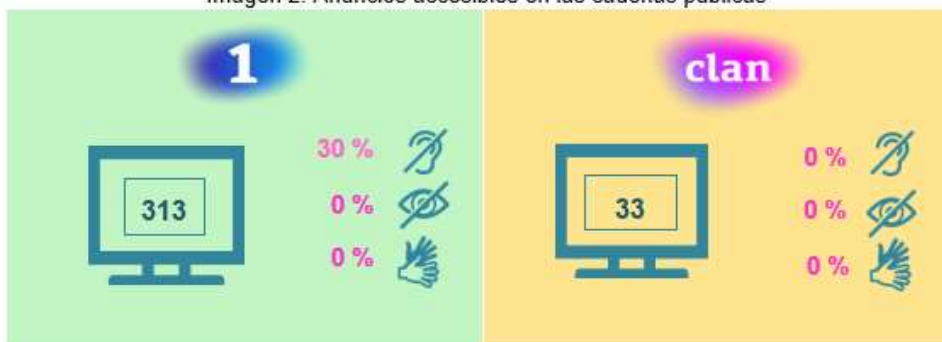
- Toda la **publicidad institucional** emitida, tanto en los canales públicos como privados, incluía el subtítulo. A partir de 2024, se exigirá también audiodescripción y lengua de signos, además de promover los formatos que aseguren la accesibilidad cognitiva.
- Respecto al **resto de publicidad** emitida en el conjunto de canales analizados (públicos y privados), sólo incluyeron subtítulo un 8,7 % del total de la muestra, la audiodescripción sólo en el 0,5 %, y un 0 % respecto al servicio de lengua de signos.

- Sobre la presencia de **personas con discapacidad** en la publicidad es prácticamente nula: de casi 4.000 anuncios analizados, las únicas excepciones son un anuncio de carácter institucional del Comité Paralímpico Español, y algún anuncio inclusivo en la publicidad dirigida al público infantil.

### Accesibilidad en la publicidad por operadores

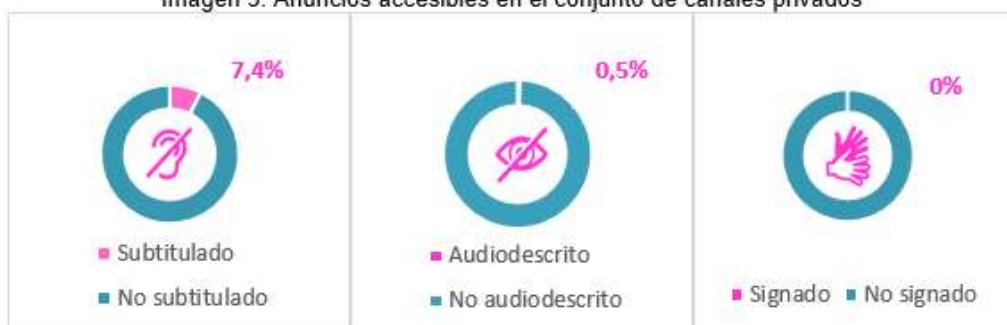
Por **operadores**, los prestadores privados incluyeron el servicio de subtítulo en el 7,4 % de sus spots, la audiodescripción se presenta de forma muy residual (0,5 %) y el signado es inexistente. Por su parte el prestador público únicamente introduce el servicio de subtítulo en la publicidad institucional.

Imagen 2. Anuncios accesibles en las cadenas públicas



Fuente: Datos ofrecidos por CRTVE

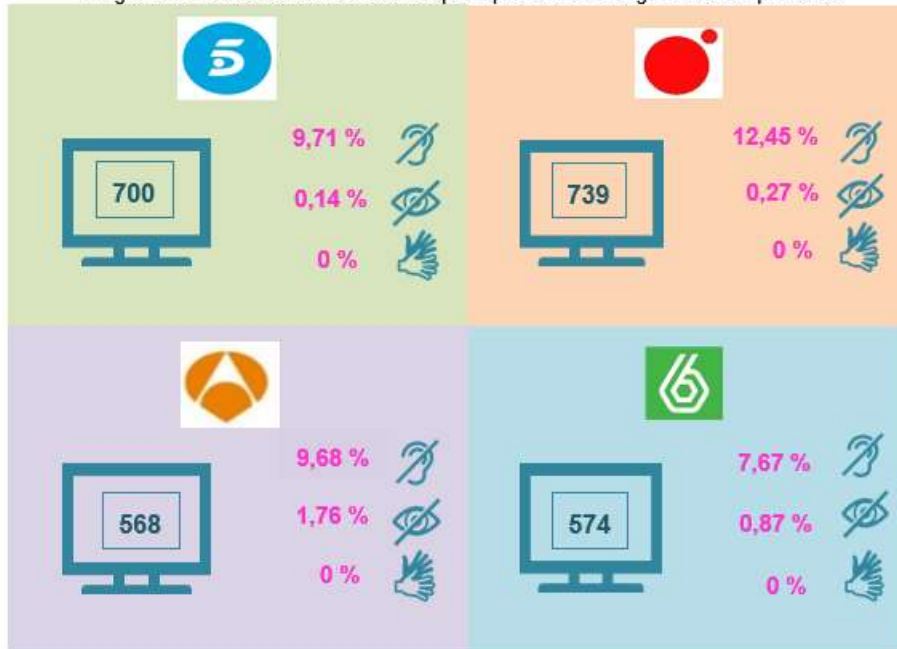
Imagen 3. Anuncios accesibles en el conjunto de canales privados



Fuente: Datos ofrecidos por los prestadores

Analizando estos datos por canales generalistas, Cuatro fue la cadena que alcanzó un mayor porcentaje de subtitulación en su publicidad, con más de un 12 %. Telecinco y Antena 3 se quedaron cerca del 10 %, mientras que la Sexta no llegó a alcanzar el 8 %.

Imagen 4. Anuncios accesibles en las principales cadenas generalistas privadas



Fuente: Datos ofrecidos por los prestadores

Tras el análisis de estos datos, queda claro que, al margen de las comunicaciones comerciales que deben respetar imposiciones legales, la accesibilidad y la presencia de personas con discapacidad en la publicidad resulta muy residual.

Por este motivo, la CNMC pide a anunciantes y prestadores audiovisuales un esfuerzo para conseguir una presencia adecuada e integradora de las personas con discapacidad, especialmente a través de los correspondientes acuerdos de autorregulación.

#### Contenido relacionado:

- [INF/DTSA/280/23](#)
- [Nota de prensa](#) (27/03/2023) Nuevas medidas de accesibilidad para los prestadores de servicios audiovisuales
- [Blog CNMC](#) (01/03/2022) Contenidos para todos: la accesibilidad en los medios audiovisuales