



**INFORME SOBRE EL SEGUIMIENTO
DE LAS OBLIGACIONES IMPUESTAS
EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD
CORRESPONDIENTE AL AÑO 2017**

30 de enero de 2019

INF/DTSA/083/18

INDICE

1. Introducción
2. Habilitación competencial
3. Fuentes y metodología de medición
4. Análisis del cumplimiento de las obligaciones cuantitativas impuestas por la LGCA en materia de accesibilidad a los medios audiovisuales
 - 4.1 Consideraciones generales
 - 4.1.1 Porcentajes y valores impuestos por la LGCA
 - 4.1.2 Sujetos obligados
 - 4.2 Subtitulado
 - 4.2.1 Consideraciones generales
 - 4.2.2 Niveles de cumplimiento alcanzado en el ejercicio 2017 en materia de subtitulado
 - 4.2.3 Distribución del subtitulado en función de los géneros programáticos
 - 4.2.4 Distribución del subtitulado en función de las franjas horarias
 - 4.2.5 Señalización del subtitulado
 - 4.3 Audiodescripción
 - 4.3.1 Consideraciones generales
 - 4.3.2 Niveles de cumplimiento alcanzado en el ejercicio 2017 en materia de audiodescripción
 - 4.3.3 Distribución de la audiodescripción en función de los géneros programáticos
 - 4.3.4 Distribución de la audiodescripción en función de las franjas horarias
 - 4.3.5 Señalización de la audiodescripción
 - 4.4 Lengua de signos
 - 4.4.1 Consideraciones generales
 - 4.4.2 Niveles de cumplimiento alcanzado en el ejercicio 2017 en materia de lengua de signos
 - 4.4.3 Distribución de la lengua de signos en función de los géneros programáticos
 - 4.4.2 Distribución de la lengua de signos en función de las franjas horarias
 - 4.4.3 Señalización de la lengua de signos

4.5 Conclusiones y recomendaciones

5. Análisis del cumplimiento de las obligaciones de promoción y fomento impuesta por la LGCA para impulsar la imagen de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales.

5.1 Consideraciones generales

5.2 Niveles de presencia alcanzados por las personas con discapacidad en los medios audiovisuales

5.3 Conclusiones y recomendaciones

6. Relación de anexos

Anexo 1: Datos CRTVE

Anexo 2: Datos Atresmedia

Anexo 3: Datos Mediaset

Anexo 4: Datos Net TV

Anexo 5: Datos Veo TV

Anexo 6: Datos 13TV

Anexo 7: Datos Dkiss

Anexo 8: Datos Real Madrid TV

Anexo 9: Datos Ten Media

INFORME SOBRE EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES IMPUESTAS EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES (2017)

INF/DTSA/083/18

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D. ^a María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz
D. Mariano Bacigalupo Saggese
D. Bernardo Lorenzo Almendros
D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Barcelona, a 30 de enero de 2019

La Sala de Supervisión Regulatoria acuerda emitir el siguiente Informe relativo al grado de cumplimiento de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad en los medios audiovisuales en el ejercicio 2017.

1. Introducción

En la actualidad la industria audiovisual se configura como uno de los sectores con mayor peso y trascendencia en nuestra sociedad. Los contenidos audiovisuales forman parte de nuestra vida cotidiana, de tal manera que no se concibe hoy el mundo, nuestro tiempo de ocio, nuestro trabajo o cualquier otra actividad sin la presencia de lo audiovisual.

La accesibilidad universal a los servicios de comunicación audiovisual es un derecho que resulta indispensable para que las personas con discapacidad puedan acceder a estos contenidos en igualdad de condiciones que el resto de ciudadanos y favorecer así su integración en la sociedad.

Este derecho, fue reconocido a nivel comunitario por la *Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual* (en adelante, DSCA), la cual ha sido recientemente

modificada¹, y contemplado por el ordenamiento jurídico nacional en la *Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual* (en adelante, LGCA).

La entrada en vigor de la LGCA supuso un hito fundamental en la apertura de la televisión a las personas con discapacidad ya que a través de su articulado se introdujeron obligaciones cuantitativas que venían, por un lado, a asegurar la accesibilidad a los medios de comunicación audiovisual y, por otro, fijaba determinadas previsiones en materia de fomento y normalización de la presencia de las personas con discapacidad.

En estos últimos años el efectivo cumplimiento de estas obligaciones ha venido siendo supervisado por la CNMC a través de un informe anual. En un primer momento, este informe se centró en la comprobación del cumplimiento de los parámetros puramente cuantitativos exigidos por la LGCA.

En estos primeros análisis se concluyó que para poder valorar la eficacia real de los servicios de accesibilidad resultaba necesario complementar el estudio con un examen de géneros programáticos y franjas horarias en los que se estaban insertando dichos servicios.

Con el ánimo de mejorar este análisis, en el presente informe se ha querido seguir avanzando en la detección de aquellas dificultades que siguen existiendo en relación con el acceso a los contenidos audiovisuales de estos colectivos. A estos efectos, en el presente ejercicio se ha introducido un análisis respecto del estado actual de la señalización de estos servicios tanto en pantalla como en las guías electrónicas de programas, también conocidas como EPG's.

2. Habilitación competencial

De conformidad con el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (en adelante, LCNMC), corresponde a esta Comisión la supervisión y control del *“correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual”*.

En concreto, la LCNMC prevé como función de esta Comisión *“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.”*

¹ El 8 de noviembre de 2018 fue publicada, en el Diario Oficial de la Unión Europea, la Directiva 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado.

En virtud de lo anterior, de conformidad con lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la citada LCNMC, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, es competente para analizar el grado de cumplimiento de las obligaciones impuestas por la LGCA para garantizar los derechos de las personas con discapacidad.

3. Fuentes y metodología de medición

El presente informe ha sido efectuado sobre el volumen total de 226.182 horas de programación emitidas por el conjunto de prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisiva en abierto y con cobertura estatal, lo que supone a día de hoy controlar a veintiséis canales, cinco de carácter público y veintiuno de carácter privado.

Para poder llevar a cabo un correcto análisis y monitorización del nivel del cumplimiento de las obligaciones contenidas en la LGCA, esta Comisión se ha valido de datos recopilados por diversas vías. Por un lado, y de cara a poder realizar un seguimiento de los parámetros cuantitativos establecidos en la LGCA relativos al subtítulo y audiodescripción, se han tenido en cuenta los datos aportados por el Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción (en adelante, CESyA)². Por su parte, la cuantificación de la lengua de signos se ha efectuado con los datos facilitados por la empresa Kantar Media, S.A.U. (en adelante, Kantar Media).

Estos mismos datos fueron requeridos directamente a los propios prestadores de servicios sujetos a estas obligaciones.

En cuanto a la metodología de medición utilizada a estos efectos, debe hacerse una distinción entre la utilizada para cada uno de los diferentes servicios de accesibilidad.

En lo que se refiere al **servicio de subtítulo**, la LGCA establece la necesidad de subtítulo un porcentaje (75%³ o 90%⁴) de los programas. A falta de mayor concreción, la metodología de medición llevada a cabo por esta Comisión ha consistido en calcular porcentajes mensuales sobre el tiempo de emisión de los programas emitidos por cada canal. A tal fin, CESyA monitoriza y graba de forma automática el subtítulo efectuado en el 100% de la programación emitida en las 26 cadenas distribuidas actualmente en los ocho múltiplex de cobertura nacional. Posteriormente, a este tiempo de emisión se le descuenta el tiempo correspondiente a la publicidad, donde la obligación legal de subtítulo no resulta exigible.

² El CESyA es un centro dependiente del Real Patronato sobre Discapacidad, cuyo proyecto multidisciplinar es favorecer la accesibilidad en el entorno de los medios audiovisuales, a través de los servicios de subtítulo y audiodescripción.

³ Se aplica a aquellos canales privados que prestan servicio de televisión en abierto y con cobertura estatal.

⁴ Se aplica a aquellos canales que prestan servicio público de televisión en abierto y con cobertura estatal.

Por su parte, el seguimiento sobre el cumplimiento de las obligaciones relativas a los servicios de **audiodescripción y lengua de signos** se efectúa de forma semanal, tal y como requiere la LGCA, si bien, en aras de facilitar la uniformización de los datos presentados, el resultado de los mismos se refleja en este informe atendiendo a horas mensuales.

Para la efectiva monitorización de los datos relativos a la audiodescripción, CESyA cuenta con un sistema que, de forma automática, analiza el contenido de flujos de audio de la señal TDT y almacena todas las audiodescripciones detectadas. La presencia de audiodescripción y de posibles incumplimientos se verifica, con posterioridad y de forma manual, a través de estas grabaciones almacenadas.

Por su parte, la medición de los niveles de cumplimiento de los parámetros impuestos para la lengua de signos se efectúa por la empresa Kantar Media, a través de una verificación estrictamente manual.

Respecto a los datos obtenidos en el ejercicio 2017 cabe reseñar la ausencia de variaciones significativas entre los datos que se han obtenido a través del CESyA y Kantar Media y los aportados por los prestadores de servicios. Con lo cual, a efectos del presente informe se han tenido en cuenta los declarados por estos últimos. El detalle concreto de los datos aportados por los operadores se encuentra anexo al presente Informe (Anexos 1 al 9).

4. Análisis del cumplimiento de las obligaciones cuantitativas impuestas por la LGCA en materia de accesibilidad a los medios audiovisuales

4.1 Consideraciones generales

4.1.1 Porcentajes y valores impuestos por la LGCA

La LGCA establece diferentes niveles de exigencia en función de las distintas medidas de accesibilidad y según se trate de canales privados o de carácter público.

Por un lado, los canales de servicio público tienen la obligación de subtítular un mínimo del 90% de su contenido, así como de incluir medidas de audiodescripción y lengua de signos al menos 10 horas a la semana del total de programación emitida⁵.

Por otro lado, los canales privados que emiten en abierto han de subtítular, como mínimo, el 75% de su programación. En cuanto a la audiodescripción, dichos canales deben cumplir con la obligación de implementarla en al menos 2 horas

⁵ Disposición transitoria quinta de la LGCA.

semanales del total de contenido emitido, aplicándose los mismos parámetros para la lengua de signos⁶.

Respecto a los canales de televisión de nueva creación, la disposición transitoria quinta establece la posibilidad de un cumplimiento gradual de las mismas durante los primeros cuatro años, atendiendo al siguiente calendario⁷:

Criterio de accesibilidad	1er año	2º año	3er año	4º año
Porcentaje subtulado	25%	45%	65%	75%
Horas lengua de signos/semana	0,5	1	1,5	2
Horas de audio descripción/semana	0,5	1	1,5	2

4.1.2 Sujetos obligados

De conformidad con la LGCA el deber de garantizar el derecho de acceso a los medios audiovisuales de las personas con discapacidad recae sobre aquellos prestadores de carácter público o privado que cumplan con las siguientes condiciones: (i) que presten servicios televisivos (ii) que emitan en abierto y (iii) cuya cobertura sea estatal o autonómica.

Atendiendo a los citados parámetros, en la actualidad la competencia supervisora de esta CNMC en materia de accesibilidad se circunscribe a los siguientes prestadores de servicios de ámbito estatal:

- Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)
- Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. (Atresmedia)
- Mediaset España Comunicación, S.A. (Mediaset)
- Net TV, S.A. (Net TV)
- Veo TV, S.A. (Veo TV)
- 13TV, S.A. (13TV)
- Radio Blanca, S.A.
- Real Madrid TV
- Central Broadcaster Media (Ten Media)

La CNMC ha manifestado en varias ocasiones la necesidad de revisar y extender este ámbito subjetivo asociado a las obligaciones en materia de accesibilidad.

En los últimos años el sector audiovisual ha experimentado una absoluta transformación fruto de la evolución tecnológica. La extensión de internet de alta velocidad ha permitido la aparición de nuevos agentes en el mercado

⁶ Artículo 8.3 y 8.4 de la LGCA.

⁷ Este plazo comenzará a contabilizarse a partir del día en el que el canal de nueva creación comience su emisión.

(operadores OTT) y, a su vez, ha venido a modificar las tendencias de visionado tradicionales (a través de plataformas o internet).

En este nuevo entorno coexisten prestadores de servicios audiovisuales tradicionales, a los que les son exigibles determinadas obligaciones en materia de accesibilidad (limitadas a su emisión lineal) con nuevos agentes que, prestando servicios análogos, se encuentran fuera de la regulación y exentos de cualquier tipo de obligación legislativa en materia de accesibilidad.

Esta asimetría regulatoria conlleva, a su vez, que la obligación legal de insertar medidas de accesibilidad impuesta a determinados canales tan solo revierta en su emisión a través de la señal TDT. Es decir, si estos mismos contenidos son vistos a través de las páginas web de los referidos operadores o a través de plataformas de pago, queda a voluntad de estos últimos la inclusión o no de los servicios de accesibilidad.

A este respecto cabe afirmar que, en la actualidad, la inclusión de medidas de accesibilidad en los canales TDT visionados a través de las plataformas de pago resulta residual. Preguntados a estos efectos, la mayor parte de los prestadores tradicionales han manifestado estar incluyendo en la señal que ceden a estas plataformas estos servicios (ver tabla 1). Por tanto, son las propias plataformas de televisión de pago las que optan por su no inclusión.

Tabla 1. *Servicios de accesibilidad incorporados en la señal cedida a las plataformas de pago*

Prestadores	Subtitulado	Audiodescripción	Lengua de Signos
CRTVE	Incluida	Incluida	Incluida
ATRESMEDIA	Incluida	Incluida	Incluida
MEDIASET	Incluida	Incluida	Incluida
NET TV	Incluida	Incluida sólo en el canal Paramount	Incluida
VEO TV	Incluida	Incluida	Incluida
13 TV	No incluida	No incluida	Incluida
RADIO BLANCA	Incluida	Incluida	Incluida
REAL MADRID	No incluida	Incluida	Incluida
TEN MEDIA	No contesta		

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

En cuanto a la inserción de las distintas medidas de accesibilidad en los contenidos online de los prestadores obligados, las respuestas obtenidas difieren atendiendo al tipo de servicio.

Tabla 2. *Servicios de accesibilidad incorporados en los contenidos online*

Prestadores	Subtitulado	Audiodescripción	Lengua de Signos
CRTVE	La1: 60% La2: 75% Clan: 80% } subtitulado	No (disponible a partir de 2018)	Análogos a la emisión TDT
ATRESMEDIA	12.000 horas	No	Análogos a la emisión TDT

MEDIASET		No		
NET TV		No prestan contenidos a través de la web		
VEO TV	DMax	No		
	Gol TV	Análogos a la emisión TDT		
13 TV		No	No	Análogos a la emisión TDT
RADIO BLANCA		No prestan contenidos a través de la web		
REAL MADRID		No	No	Análogos a la emisión TDT
TEN MEDIA		No contesta		

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

En materia de subtítulo, únicamente el canal Gol TV manifiesta tener disponible el servicio de subtítulo de forma análoga al canal TDT. La CRTVE y el grupo Atresmedia han ido ampliando paulatinamente el número de horas subtuladas en su web, contando en ambos casos a día de hoy con una base importante de contenidos subtulados. El resto de operadores no tienen disponible este servicio online.

La audiodescripción solamente estuvo disponible en los contenidos no lineales del canal Gol TV, si bien, la CRTVE manifiesta que en el año 2018 procedió a incorporar este servicio en su emisión online.

La lengua de signos, por contra, al ser un servicio que se encuentra integrado en la propia imagen que se difunde (no se activa y desactiva como sucede en la subtulación o en la audiodescripción), resulta accesible de forma análoga a la emisión TDT.

4.2 Subtitulado

4.2.1 Consideraciones generales

La subtulación es un servicio de apoyo a la comunicación que facilita a las personas con discapacidad auditiva realizar un seguimiento de la distinta programación emitida a través de la televisión.

El objetivo último de los subtítulos no es otro que el de convertir todos aquellos elementos auditivos de una obra audiovisual en elementos visuales. A tal fin, el ejercicio de proyectar una transcripción, más o menos literal, de los diálogos efectuados por las personas que intervienen en un programa audiovisual, se complementa con información relativa a la identificación de las personas que interviene en cada momento, el tono de voz, énfasis o acentos, así como efectos sonoros o musicales, etc.

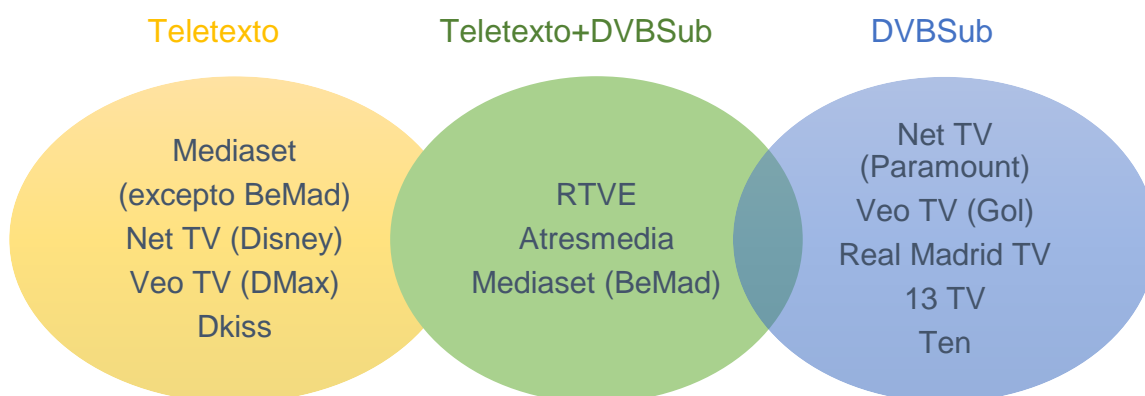
Como ya se ha indicado con anterioridad, la LGCA impone la obligación a los operadores privados con cobertura estatal que emitan en abierto de subtular, como mínimo, el 75% de su programación, aumentando esta exigencia hasta el 90% en el caso de los operadores públicos.

En cuanto a la forma en la que se deben insertar estos subtítulos en la señal de la televisión digital terrestre (TDT), indicar que en la actualidad los operadores están prestando este servicio a través de dos tipos de tecnologías:

- Teletexto. Los subtítulos son insertados por el prestador de servicio en la señal de video siendo el equipo receptor (televisión digital o receptor TDT) el que los extrae y los presenta en la pantalla cuando es activado por el espectador.
- DVB-Sub (Digital Video Broadcast). En este caso, el prestador de servicios configura los subtítulos como secuencias de imágenes y los transmite junto con la señal de vídeo y audio del programa. La función del receptor consiste únicamente en generar estas imágenes y superponerlas en el momento de la emisión. A través de esta tecnología se proporcionan mayores facilidades y una mayor calidad gráfica (más colores, tipografías y formatos de texto).

Como puede observarse en el siguiente gráfico, ambas tecnologías se vienen utilizando de forma equiparada por los operadores.

Gráfico 1. Tecnologías utilizadas por los operadores para prestar el servicio de subtulado



Fuente: CESyA

En relación con la calidad del servicio de subtulado, el apartado 4 del artículo 8 de la LGCA establece que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deben atenerse, en la aplicación de las medidas de accesibilidad, a las normas técnicas vigentes en cada momento.

Respecto al servicio de subtulado, la Norma UNE 153010-2012 de "*Subtitulado para personas sordas y personas con discapacidad auditiva*" recoge una serie de recomendaciones respecto a los parámetros de calidad que deben ser atendidos por los prestadores audiovisuales (formato de los subtítulos, velocidad de exposición de los subtítulos, información sobre efectos sonoros y música, etc).

No obstante, no existe a día de hoy previsión legal alguna que establezca unos parámetros mínimos de calidad que deban ser atendidos por los prestadores de servicios audiovisuales y, a su vez, puedan ser supervisados por este organismo regulador.

Con el objetivo de poner fin a esta falta de previsión legal, esta Comisión viene formando parte de un grupo de trabajo denominado “Indicadores de calidad de los servicios del subtítulo y la audiodescripción en la televisión”, creado en mayo de 2015 a propuesta del CESyA, y en el que participan, además de la CNMC, el Real Patronato de Discapacidad, MINECO⁸, OADIS⁹ (Oficina de Atención a la Discapacidad) y los prestadores de servicios audiovisuales. Al mismo se sumaron, con posterioridad, las principales organizaciones que representan a las personas con discapacidad: AICE, CERMI, CNSE, FIAPAS y ONCE.

En el citado grupo se está trabajando, partiendo para ello de las Normas AENOR, en la definición de indicadores y métricas de medición de la calidad tanto del subtítulo como de la audiodescripción.

4.2.2 Niveles de cumplimiento alcanzado en el ejercicio 2017

El análisis de las obligaciones cuantitativas ligadas a la prestación del servicio de subtítulo en el ejercicio 2017 refleja un incremento generalizado en el volumen de subtítulo en la mayor parte de las cadenas.

Los resultados obtenidos (ver tabla 3) reflejan que, de los 26 canales analizados en el periodo 2017, tan solo dos, Discovery Max y 13 TV, no llegaron a alcanzar los niveles mínimos que les son exigibles conforme a la normativa audiovisual. Este dato mejora sustancialmente el obtenido en el 2016, año en el que el fueron 6 canales las que se quedaron por debajo de este límite.

Tabla 3. Evolución del porcentaje medio de subtítulo por canal en el periodo 2014-2017

CANAL	OBLIGACIÓN 2017	2014	2015	2016	2017
CANALES PÚBLICOS					
La1	90%	79,4%	80,6%	86,2%	92,8%
La2	90%	75,8%	79,1%	79,5%	92,8%
Clan TV	90%	98,1%	95,5%	91,3%	99,4%
Canal 24h	90%	77,5%	77,2%	82%	91,1%
TDP	90%	88,4%	91,4%	93%	92,6%
Media Global		83,8%	84,8%	86,4%	93,7%
CANALES PRIVADOS					
ATRESMEDIA					
Antena 3	75%	70,9%	72,7%	75,9%	78,6%
Sexta	75%	66,6%	70,9%	73%	75,5%
Neox	75%	76,7%	78,3%	83,7%	79,6%

⁸ Anteriormente MINETAD

⁹ Dependiente del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Nova	75%		73,8%	76,7%	76,6%	76%
Mega	25%	45%	-	87,9%	92,2%	91,6%
A3S	25%	45%	-	94,6%	94,4%	92,8%
Media Global			72%	80,2%	82,6%	82,4%
MEDIASET						
Tele 5	75%		75,4%	82,1%	85,5%	90,3%
Cuatro	75%		76,1%	75,4%	78,2%	83,1%
FDF	75%		76,9%	88,1%	75,9%	86,6%
Boing	75%		81,2%	77,7%	87,2%	79,6%
Divinity	75%		81,6%	79,2%	78,7%	87,2%
Energy	75%		83,2%	82,9%	83,2%	90,1%
Be Mad	0%	25%	-	-	65,3%	79%
Media Global¹⁰			79,1%	80,9%	79,1%	85,3%
NET TV						
Disney	75%		77,6%	90,1%	94,5%	92,3%
Paramount	75%		43,2%	63,1%	79%	84,6%
Media Global			60,4%	76,6%	86,8%	88,5%
VEO TV						
Dmax	75%		0%	37%	69,6%	69,1%
Gol	0%	25%	-	-	-	23%¹¹
Media Global¹²			0%	37%	70%	
13 TV						
13TV	75%		0%	3,7%	41,8%	55,3%
REAL MADRID						
Real Madrid TV	0%	25%	-	-	23,7%	45%
TEN MEDIA						
Ten	0%	25%	-	-	58,9%	37,6%
RADIO BLANCA						
DKiss	0%	25%	-	-	32,5%	36,8%

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Respecto a los incumplimientos de los canales DMax y 13TV cabe destacar que los mismos derivan de discrepancias en relación con el cómputo de tiempo sobre el que calcular los porcentajes de subtítulo, las cuales fueron detectadas en el “Informe sobre el grado de cumplimiento de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad en los medios audiovisuales correspondiente al ejercicio 2016”¹³, publicado el 31 de octubre de 2017.

En el caso de DMax las divergencias se debieron a un error generado por el software que estaba siendo utilizado por esa cadena para computar, de forma automática, el porcentaje de subtítulo. En concreto, la diferencia de datos se debía a que este software estaba incluyendo en su cómputo la duración total de los programas subtítulos, incluyendo las autopromociones y la publicidad, en lugar de la emisión efectiva tal y como exige la normativa vigente.

¹⁰ En el cálculo sobre la media global no se han tenido en cuenta los datos del Canal Be Mad por ser de nueva creación y alterar los mismos.

¹¹ Esta cifra se refiere a datos anuales. Si tenemos en cuenta los datos obtenidos desde junio de 2017, fecha en la que comenzó su obligación de subtítulo, el porcentaje obtenido sería del 31%.

¹² En el cálculo sobre la media global no se han tenido en cuenta los datos del Canal Gol por ser de nueva creación y alterar los mismos.

¹³ https://www.cnmc.es/sites/default/files/1855187_3.pdf

DMax manifiesta haber implementado una solución técnica desde que tuvo conocimiento del mismo, habiendo incrementado desde noviembre de 2017 las horas de subtítulos con el objetivo de cumplir con los porcentajes obtenidos. Como puede observarse en el Anexo 5 los porcentajes de subtítulos de DMax alcanzaron en noviembre de 2017 el 83,6% y 95,1% en diciembre de 2017.

Respecto al canal 13TV cabe indicar que los incumplimientos detectados en este caso derivan de la distinta interpretación efectuada por ese operador respecto de la forma de computar los espacios de televenta a los efectos del cumplimiento de las obligaciones en materia de accesibilidad. Eliminando del cómputo este tipo de programas, 13TV habría alcanzado en el año 2017 una media anual del 75,5%.

Tras ponerse de manifiesto esta discrepancia, una vez fue notificado el Informe correspondiente al ejercicio 2016, 13TV interpuso una consulta ante la CNMC con el objeto de aclarar si los espacios de televenta debían ser considerados “programas de televisión” computables a los efectos de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad.

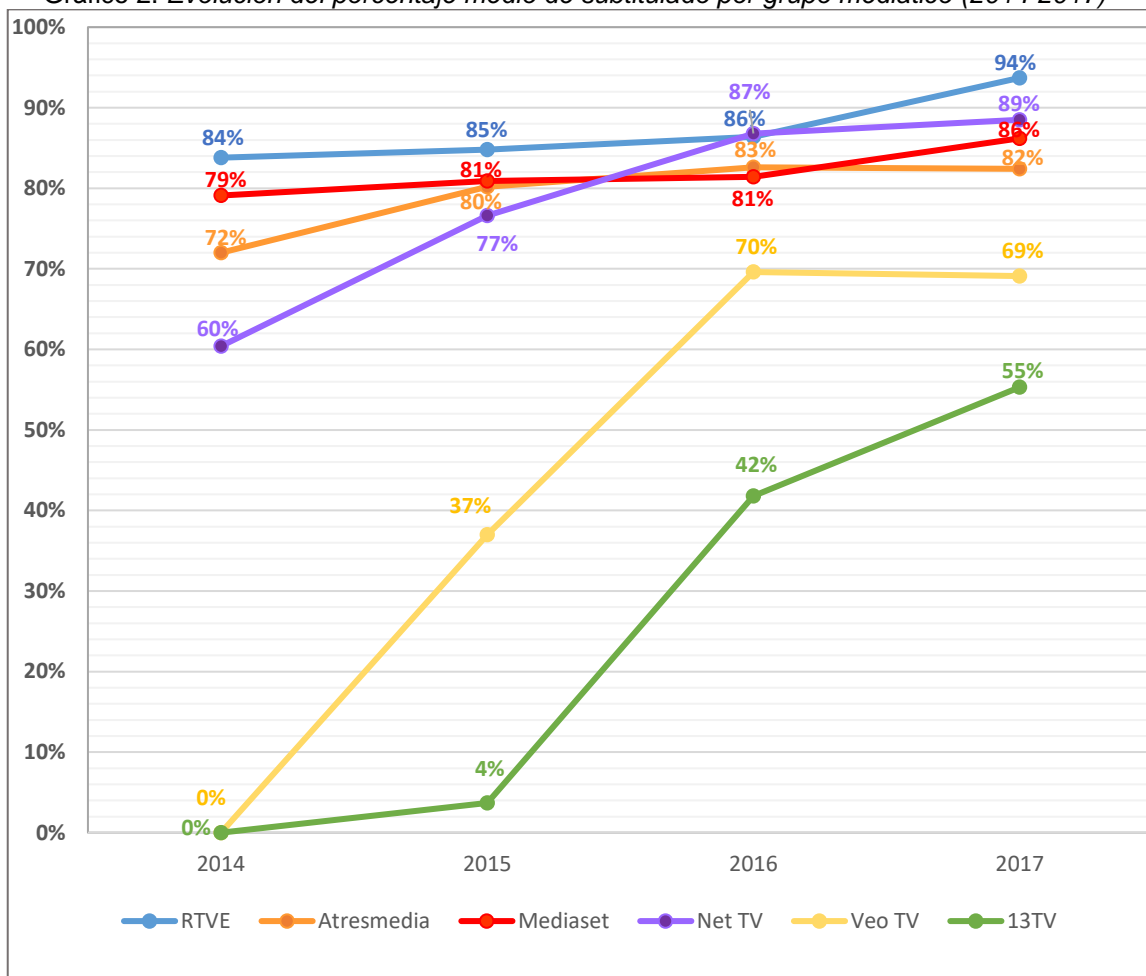
A este respecto, con fecha 5 de abril de 2017, la Sala Supervisión Regulatoria vino a fijar como criterio aplicable a todos los prestadores de servicios que *“cuando los espacios de televenta tengan una duración mínima ininterumpida de 15 minutos entran dentro de la definición consagrada por el artículo 2.6.a) de la LGCA y por ello se considerarán programas televisivos. Por tanto, se considerará programa computable a los efectos de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad contempladas en el artículo 8 de la LGCA”*.

Como consecuencia de lo anterior, en su escrito de contestación al requerimiento de información que le fue dirigido por esta CNMC para el ejercicio del presente informe, 13TV manifiesta su compromiso firme de aplicar este criterio interpretativo de cara al cumplimiento de las obligaciones en materia de subtítulos en futuros ejercicios.

Por otro lado, destacar como dato positivo el esfuerzo realizado en el ejercicio 2017 por la televisión pública, CRTVE, en materia de subtítulos dado que, por primera vez, consigue superar el umbral del 90% en todas sus cadenas. A su vez, reseñar que la programación emitida a través de Clan TV alcanzó la cifra del 99,4%, configurándose como la cadena que obtuvo un mayor índice de subtítulos en el año 2017.

El siguiente gráfico refleja la evolución del volumen de subtítulos por los diferentes grupos mediáticos, donde puede observarse de forma clara la tendencia alcista que ha caracterizado los resultados de subtítulos en el periodo comprendido entre los años 2014 y 2017.

Gráfico 2. Evolución del porcentaje medio de subtulado por grupo mediático (2014-2017)

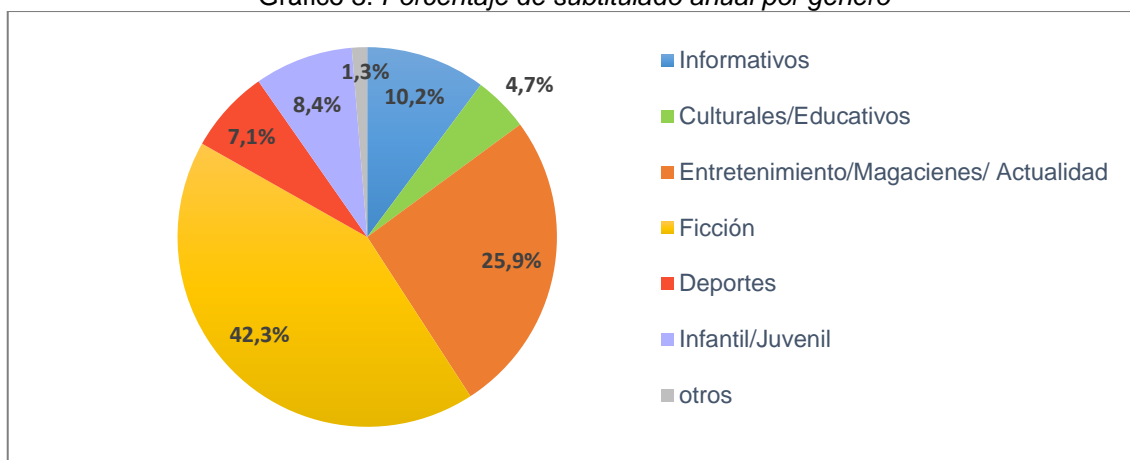


Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.2.3 Distribución del subtulado en función de los géneros programáticos

En relación con los géneros en los que han sido insertados los subtítulos cabe destacar que, en 2017, el género programático que obtuvo un mayor nivel de subtitulación fue la ficción, al que se dedicó más del 40% del total de horas subtituladas, seguido del entretenimiento con casi un 26%.

Gráfico 3. *Porcentaje de subtítulo anual por género*



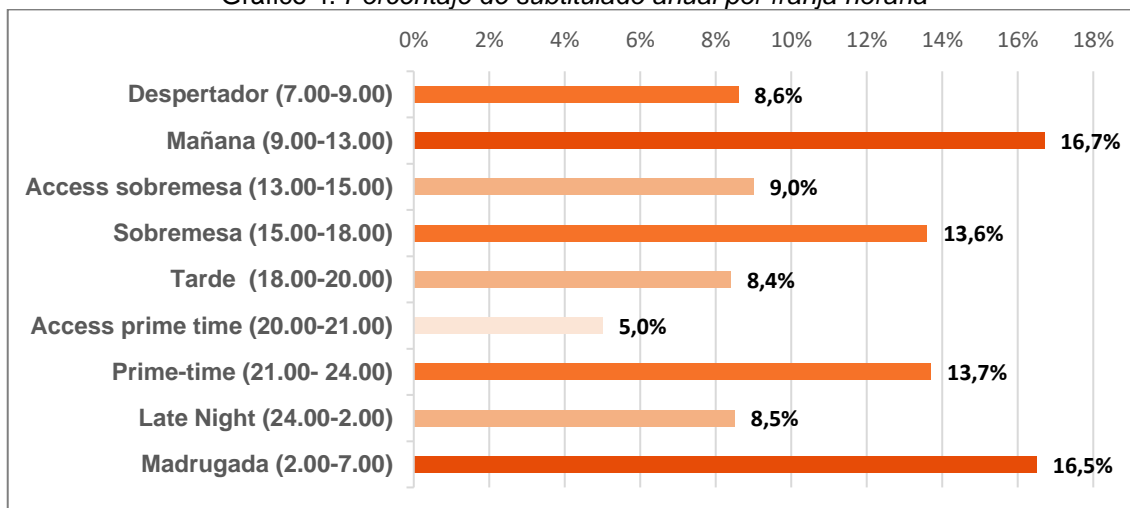
Fuente: CNMC

Al igual que sucedía en el ejercicio anterior, la cultura es el género que obtiene el peor resultado en subtitulación. La 2, con un 55,6% y DMax con un 24,4% son las cadenas que obtuvieron los datos más positivos. Por el contrario, las cadenas del grupo Atresmedia y Mediaset no ofertaron programación cultural y educativa subtitulada.

4.2.4 Distribución del subtítulo en función de las franjas horarias

En 2017 el subtítulo se distribuyó de forma más o menos equilibrada por todas las franjas horarias, destacando la mañana y la madrugada, seguido de cerca por la sobremesa y el prime-time.

Gráfico 4. *Porcentaje de subtítulo anual por franja horaria*



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.2.5 Señalización del subtítulo









Una de las principales conclusiones a las que ha llegado esta Comisión tras la elaboración de sus informes de accesibilidad es la necesidad de que los sujetos

pasivos y receptores de contenidos audiovisuales accesibles, conozcan la naturaleza de los mismos.

Es por ello que resulta esencial que exista una señalización eficaz que cumpla su función informativa. A tal fin la señalización ha de ser visible y fácilmente accesible por los espectadores en la pantalla, si bien no existe normativa específica al respecto.

En la siguiente tabla se muestra como, en la actualidad, están señalizando en pantalla los distintos operadores.

Tabla 4. Señalización del servicio de subtítulo

Prestadores		SEÑALIZACIÓN EN PANTALLA		
		Símbolo	Situación	Duración
CRTVE			Margen inferior derecho	6 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
ATRESMEDIA			Margen inferior derecho	7 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
MEDIASET			Margen inferior derecho	5 segundos
NET TV	Paramount		Margen inferior derecho	4 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
	Disney			10 segundos (inicio programa y vuelta de publicidad)
VEO TV	DMax	No		
	Gol TV		Margen superior derecho	7 segundos
13 TV			Margen superior izquierdo	2 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
RADIO BLANCA			Margen superior izquierdo	5 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
REAL MADRID			Margen superior derecho	10 segundos en pantalla
TEN MEDIA			No contesta	

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Como puede observarse, con excepción de DMax, todos los canales con obligación de subtítular están señalizando la incorporación de este servicio al inicio del programa. Esta información es reiterada por la mayor parte de los operadores al volver de publicidad.

En cuanto a la forma de señalar, nos encontramos con que los operadores utilizan indicadores visuales variados, encontrando diferencias respecto al tamaño del símbolo, color, ubicación y duración en pantalla.

Pero además de esta información que debe insertarse en pantalla, y de conformidad con los apartados 3 y 6 del artículo 6 de la LGCA, los prestadores de servicios tienen la obligación de garantizar a las personas con discapacidad el acceso a la información que, sobre contenidos audiovisuales, debe contenerse en las guías electrónicas de programas (EPGs).

En este sentido, la Norma UNE 133300 sobre “Información de los contenidos en las emisiones de la Televisión Digital Terrestre” en relación con los servicios de accesibilidad a contenidos establece que *“se debe referenciar la lista de los subtítulos disponibles especificando aquellos que existan para personas sordas o con discapacidad auditiva e indicar la disponibilidad del servicio de lengua de signos. El idioma correspondiente a cada uno de los componentes de subtítulo o audiodescripción disponibles se debe codificar de acuerdo a lo establecido en la Norma ISO 639-2 y debe responder a lo dispuesto en el apartado 4.11. Este parámetro es OBLIGATORIO”*.

La CNMC tiene constancia de que en la actualidad las EPGs no contienen este tipo de información tal y como requiere la normativa técnica, es decir, a través de los campos que se definen en la normativa de DVB-T para este fin.

En este sentido, los operadores manifiestan no haber incluido correctamente esta información durante el ejercicio 2017 tal y como exige la normativa técnica. Si bien, algunos de ellos indican haber añadido una referencia a los servicios de accesibilidad en la parte superior de la descripción del programa, tras el título del contenido, para paliar esta deficiencia.

Algunos de estos operadores han manifestado además haber comenzado a incluir correctamente la información en la EPG durante el 2018 de forma que esta ya se está difundiendo a través de la señal de la TDT.

Sin embargo, resulta necesario poner de manifiesto que, aun cumpliendo los operadores con estas especificaciones, existen dificultades técnicas que impiden que esta información contenida en las EPGs llegue de forma correcta a los usuarios. En estos momentos, la mayor parte de los dispositivos de televisión que se encuentran en los hogares y en el mercado no son capaces de mostrar esta información y, los que la muestran, lo hacen parcialmente o de forma confusa.

4.3 Audiodescripción

4.3.1 Consideraciones generales

La audiodescripción es una técnica que convierte el material visual en auditivo facilitando con ello el acceso de las personas con algún tipo de discapacidad visual a las obras audiovisuales.

En la práctica, la inserción de la audiodescripción se efectúa añadiendo a la obra audiovisual una línea de audio a través de la cual un narrador describe la imagen que aparece en pantalla (escenarios, movimientos, gestos, vestuarios, etc) aprovechando para ello los espacios libres del audio original. Esta pista descriptiva, que puede estar grabada o ser efectuada en directo, solo será perceptible para aquel usuario que active el servicio, es decir, bajo demanda.

En cuanto a la forma de transmisión de la audiodescripción, en la actualidad los operadores la efectúan de dos formas diferentes:

- A través del segundo canal de audio. El prestador de servicios se encarga de insertar los comentarios de audiodescripción ya mezclados con el audio principal. Este segundo canal no está dedicado en exclusiva a la audiodescripción, sino que también se utiliza para transmitir otro tipo de audio.
- A través del tercer canal de audio. En este caso la mezcla de flujos de audio se efectúa por el decodificador TDT al recibir la señal. El canal se dedica en exclusiva a este servicio.

Como puede apreciarse en el gráfico 5, en la actualidad la mayor parte de los canales están haciendo uso de este tercer canal de audio para prestar sus servicios de audiodescripción.

Gráfico 5. Canales utilizados por los operadores para prestar el servicio de audiodescripción



Fuente: CESyA

En relación con la calidad de la audiodescripción, la norma UNE 153020-2005 de “Audiodescripción para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripción y elaboración de audioguías”, establece los requisitos básicos que deben ser tomados en cuenta por quienes realicen producciones audiodescritas para personas con discapacidad visual.

Al igual que sucedía con el subtulado, la normativa actual no establece parámetros mínimos de calidad que puedan ser objeto de supervisión y control por parte de la CNMC. Estos parámetros están igualmente siendo analizados en el seno del grupo de trabajo de “Indicadores de calidad de los servicios del subtulado y la audiodescripción en la televisión” al que ya se ha hecho referencia anteriormente.

4.3.2 Niveles de cumplimiento alcanzado

Los datos recopilados respecto al ejercicio 2017 (ver tabla 5) reflejan un descenso substancial respecto a las horas audiodescritas en 2016. En concreto, las más de 8.500 horas registradas en 2016 se redujeron a cerca de 7.900 en 2017.

Las cadenas privadas con obligación de audiodescribir 2 horas semanales presentan una reducción generalizada en su número de horas audiodescritas, si bien todas ellas se mantienen por encima de los niveles de cumplimiento exigidos por la normativa. Tan sólo 13TV y DMax, canales que en el año 2016 no alcanzaron estos niveles mínimos, registraron un incremento de sus horas durante 2017 alcanzando ambas, por primera vez, los parámetros legalmente exigidos.

Además, han de ponerse de relieve los buenos resultados obtenidos por aquellas cadenas que empezaron a emitir en el año 2016, algunos de los cuales se sitúan por encima de los límites máximos de cumplimiento exigidos por la LGCA. En este sentido destacan los resultados obtenidos por el canal Real Madrid y Ten.

Respecto a los canales públicos cabe indicar que los niveles de audiodescripción de La1, La2 y Clan TV se mantuvieron, al igual que en el ejercicio 2016, en niveles ampliamente superiores a los exigidos por la normativa, mientras que los canales temáticos 24h y TDP, siguiendo la tónica de los ejercicios anteriores, continuaron sin presentar contenidos audiodescritos.

Tabla 5. Evolución de horas anuales audiodescritas por canal en el periodo 2014-2017

CANAL	OBLIGACIÓN HORAS/MES 2017	2014	2015	2016	2017
CANALES PÚBLICOS					
La1	40h	6,4	52,5	70,4	89,8
La2	40h	6,3	29,5	105,3	74,1
Clan TV	40h	0,5	54,4	103,9	101,4
Canal 24h	40h	0	0	0,4	0
TDP	40h	0	0	0	0

Media Global				2,6	27,3	56	53,1
CANALES PRIVADOS							
ATRESMEDIA							
Antena 3	8h			17,3	18,2	25,4	15,2
Sexta	8h			17,7	21,3	18,8	12,2
Neox	8h			35	37,4	47,5	33,4
Nova	8h			10,2	10,6	14,9	17,2
Mega	2h	4h		-	11,7	11,2	11,3
A3S	2h	4h		-	6,3	21,6	27,6
Media Global				20	17,6	23,2	19,5
MEDIASET							
Tele 5	8h			10,5	9,1	9,3	9,7
Cuatro	8h			131,2	120,5	16,1	66,2
FDF	8h			14,7	18,3	95,8	38,4
Boing	8h			9,8	10,5	16	11
Divinity	8h			15,3	17,3	12,8	11,3
Energy	8h			34,1	29,9	19,6	16,8
Be Mad	0h	2h		-	-	7,1	7,1
Media Global¹⁴				35,9	34,3	28,3	22,9
NET TV							
Disney	8h			45,2	110,7	38,5	34
Paramount	8h			3	5,3	10,3	9,9
Media Global				24,1	58	24,4	21,9
VEO TV							
Dmax	8h			0,2	3,2	0	11,4
Gol	0h	2h		-	-	1,5	2,5
Media Global¹⁵				0,2	3,2	0	11,4
13 TV							
13TV	8h			0	0	2,7	10,9
REAL MADRID							
Real Madrid TV	0h	2h		-	-	3,3	21,2
TEN MEDIA							
Ten	0h	2h		-	-	16	21
RADIO BLANCA							
DKiss	0h	2h		-	-	0,4	5,1

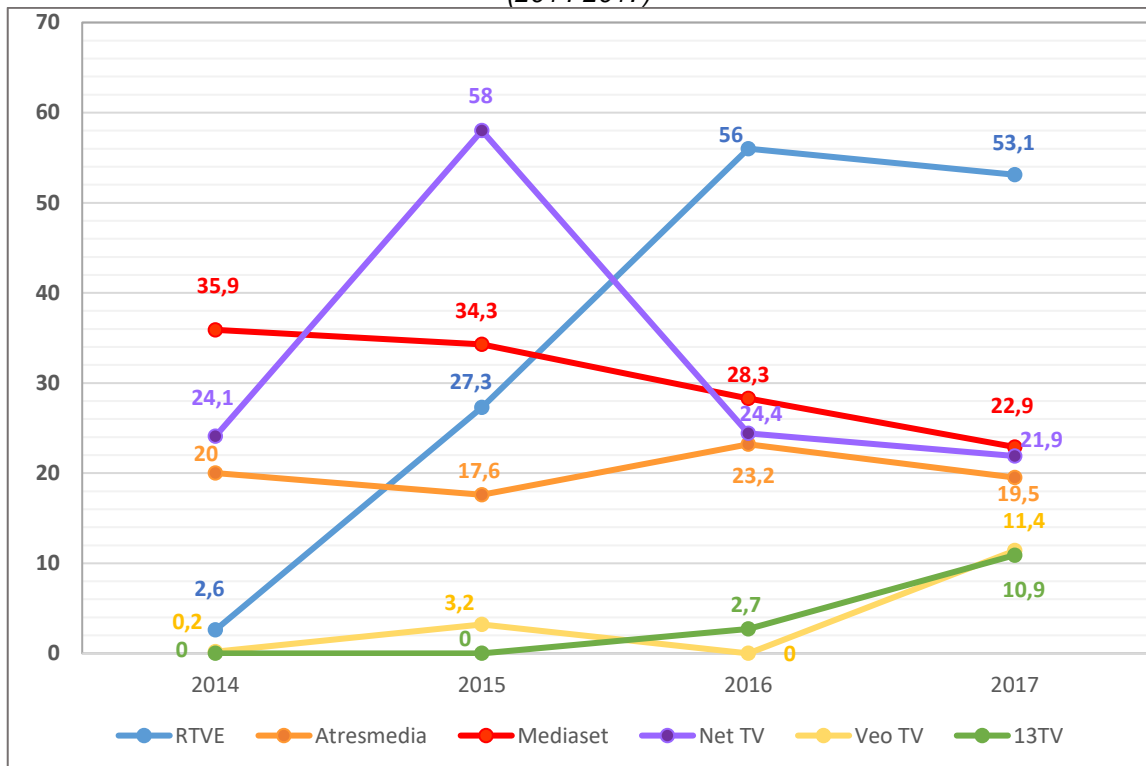
Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Estas mismas conclusiones se mantienen si atendemos a la evolución de la audiodescripción en los últimos años, esta vez por grupo mediático.

¹⁴ En el cálculo sobre la media global no se han tenido en cuenta los datos del Canal Be Mad por ser de nueva creación y alterar los mismos.

¹⁵ En el cálculo sobre la media global no se han tenido en cuenta los datos del Canal Gol por ser de nueva creación y alterar los mismos.

Gráfico 5. Evolución de la media de horas anuales audiodescritas por grupo mediático (2014-2017)

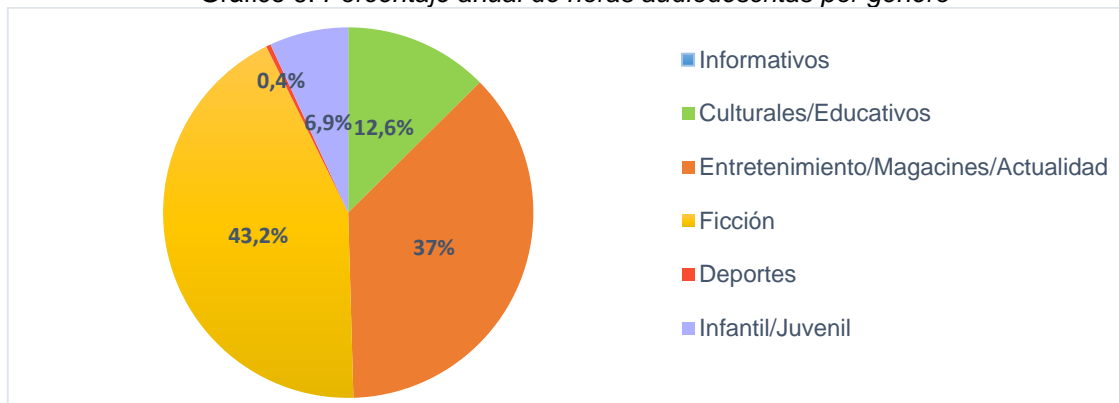


Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.3.3. Distribución de la audiodescripción en función de los géneros programáticos.

En lo que a géneros programáticos se refiere, la audiodescripción se insertó principalmente en programas de ficción y entretenimiento (más del 80%) siguiendo la tendencia de años anteriores.

Gráfico 6. Porcentaje anual de horas audiodescritas por género



Fuente: CNMC

Respecto a la programación cultural y educativa, tan sólo 4 canales dedicaron una parte importante de sus horas audiodescritas a este género. Destaca en este sentido La2, con 565 horas (63,5%), Paramount, con 101 horas (41,8%), Real Madrid TV, con 225 horas (88,5%) y, Discovery Max, con 57 horas (41,8%). El resto de cadenas no hicieron apenas uso de la audiodescripción para este tipo de género.

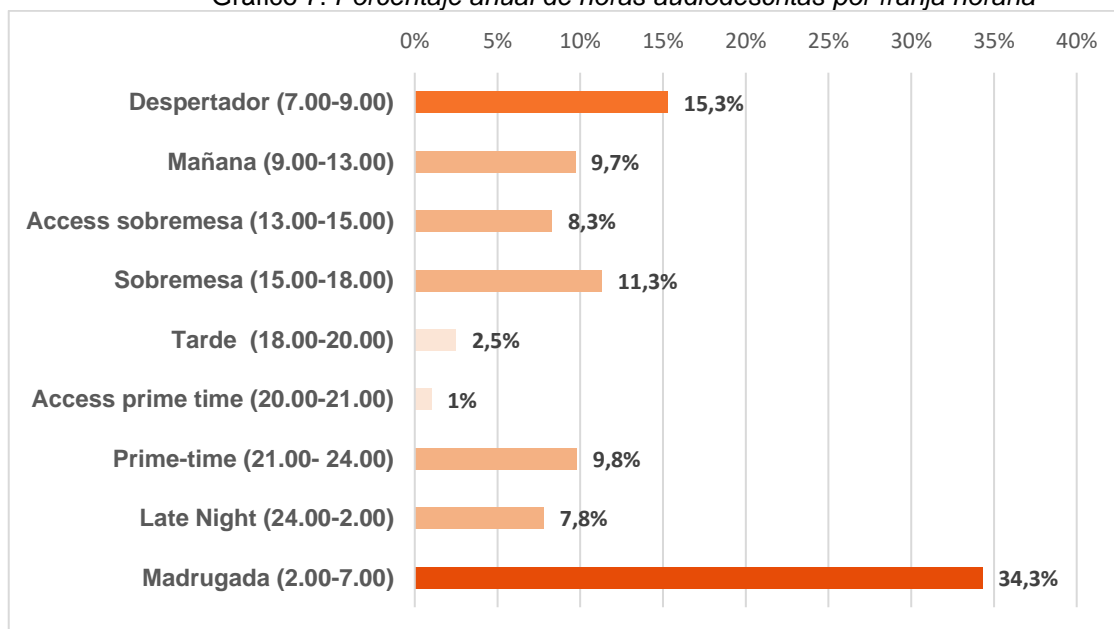
4.3.3 Distribución de la audiodescripción en función de las franjas horarias

Respecto a las franjas horarias en las que se emite esta programación, en el año 2016 se detectó que el mayor nivel de audiodescripción se registraba entre las 24 horas y las 9 de la mañana. Dado lo anterior se recomendó a los operadores promover la inserción en horarios de mayor audiencia.

Los datos resultantes del análisis respecto al año 2017, reflejan que no se ha conseguido mejorar estos parámetros dado que en este ejercicio el total de programas audiodescritos entre la medianoche y las 9 de la mañana superaron el 57%.

En este sentido cabe subrayar que Veo TV fue el prestador privado que presentó contenidos audiodescritos en los mejores horarios. De la totalidad de programación audiodescrita DMax insertó el 47,4% en el horario de mañana y Gol TV el 57% en el horario de sobremesa.

Gráfico 7. Porcentaje anual de horas audiodescritas por franja horaria



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios









Respecto a la cadena pública, cabe destacar de forma positiva que los horarios con mayor audiodescripción en La1 y La2 fueron la sobremesa y el prime time, con un total de 56,8% y 53,8%, respectivamente. Sin embargo, estos datos se invierten en el canal infantil que alcanza un 65,5% de programación entre las 24

horas y las 7 de la mañana, horario en el que no es usual que el público infantil esté frente al televisor.

4.3.5 Señalización de la audiodescripción

La señalización del servicio de audiodescripción adolece de las mismas anomalías detectadas que el servicio de subtítulo. Es decir, los operadores utilizan pictogramas diversos y se evidencian diferencias tanto en posición como en tiempo en pantalla.

Tabla 6. Señalización del servicio de audiodescripción

Prestadores		SEÑALIZACIÓN EN PANTALLA		
		Símbolo	Situación	Duración
CRTVE			Margen inferior derecho	6 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
ATRESMEDIA			Margen inferior derecho	7 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
MEDIASET			Margen inferior derecho	5 segundos
NET TV	Paramount		Margen inferior derecho	4 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
	Disney			10 segundos (inicio programa y vuelta de publicidad)
VEO TV	DMax	No		
	Gol TV		Margen superior derecho	7 segundos
13 TV			Margen superior izquierdo	2 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
RADIO BLANCA			Margen superior izquierdo	5 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
REAL MADRID			Margen superior derecho	10 segundos en pantalla
TEN MEDIA		No contesta		

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.4 Lengua de signos

4.4.1 Consideraciones generales

La lengua de signos es un sistema de comunicación lingüística por el que, a través de gestos, se comunican las personas con discapacidad auditiva.

En el ámbito televisivo, la técnica utilizada para insertar la lengua de signos es la interpretación simultánea, apareciendo en pantalla un intérprete que traduce el mensaje oral en mensaje signado.

El Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española¹⁶ (en adelante CNLSE), en su Informe sobre la presencia de la lengua de signos española en la televisión, publicado en el año 2015, identifica diferentes formas de presentar contenidos signados en televisión:

- Copresentación en lengua de signos. Esta modalidad se caracteriza por la presencia, de forma equiparada, de dos personas (un hablante y otra signante) que presentan un programa. En la actualidad esta modalidad no es empleada por los operadores¹⁷.
- Lengua de signos como imagen principal. En estos casos la persona signante es la encargada de transmitir el contenido principal del programa. En ocasiones estos contenidos son acompañados por una voz en off y/o subtulado. Este formato actualmente es utilizado en el programa “En lengua de signos” emitido por el canal público La 2.
- Lengua de signos insertada en la imagen con audio. Este es el formato mayoritariamente utilizado por los operadores. En esta modalidad la inserción de la lengua de signos en pantalla se efectúa, dependiendo del respectivo canal, o bien (i) a través de la inserción de una ventana con intérprete, opción que ocupa un mayor espacio en pantalla, pero permite un visionado de mayor calidad, o bien (ii) mediante la inserción en pantalla de la silueta del intérprete, opción con la que se ocupa menos espacio en pantalla, pero por contra se pierde el contraste continuo que resulta esencial para un buen visionado.

Al margen de estas modalidades tradicionales se debe poner de relieve que, fruto de la convergencia tecnológica, se están implementando nuevas formas de ver la televisión online que ofrece nuevas posibilidades para la prestación del servicio de lengua de signos.

Ejemplo de ello lo encontramos en la tecnología Hbbtv de televisión híbrida, por la que en la actualidad están apostando los principales operadores que prestan servicios en abierto a través de su plataforma LovesTV¹⁸, y que les permite mejorar las prestaciones que actualmente se ofrecen a sus usuarios a través de la TDT.

¹⁶ <http://www.cnlse.es/es/presencia-de-la-lengua-de-signos-esp%C3%B1ola-en-televisi%C3%B3n>

¹⁷ Esta técnica únicamente fue utilizada en los años 90 en el avance informativo que emitía por la mañana la CRTVE en La1.

¹⁸ LOVEStv es una plataforma de contenidos desarrollada de forma conjunta por la CRTVE, Atresmedia y Mediaset que proporciona una experiencia de usuario más completa a través de los servicios que ofrece la tecnología HbbTV.

Este sistema permite que aquellas personas que necesiten hacer uso del servicio de lengua de signos puedan disponer del mismo a demanda, sin que resulte necesaria la inserción de los mismos en la señal general, dejando así de ser invasivo para el resto de los telespectadores. A su vez, permitirá personalizar el servicio de lengua de signos a las características concretas de cada usuario. En lo que se refiere a la calidad de los contenidos signados, no existe en la actualidad norma alguna que venga a sistematizar las emisiones signadas, al contrario de lo que sucedía respecto al subtítulo y la audiodescripción.

A este respecto cabe citar como referente la “Guía de buenas prácticas para la incorporación de la lengua de signos española en televisión” elaborada por el CNLSE, que viene a fijar unos criterios de accesibilidad y lingüísticos que debe cumplir el servicio de lengua de signos inserto en los contenidos televisivos.

4.4.2 Niveles de cumplimiento alcanzado

En términos generales se debe destacar un considerable aumento del número de horas signadas respecto al año 2016. En concreto, en 2017 se alcanzaron más de 3.600 horas signadas, lo que supuso un incremento del 20% respecto al ejercicio anterior, año en el que se signaron alrededor de 3.000 horas.

Pese a esta mejoría, si se comparan estas cifras con las obtenidas por el servicio de audiodescripción comprobamos que, pese a tener ambos el mismo nivel de exigencia (2 h/semanales-privados y 10 h/semanales-públicos), el grado de inserción de la lengua de signos fue significativamente inferior. En concreto, en 2017 la audiodescripción alcanzó la cifra de 7.900 horas frente a las 3.600 horas signadas, es decir, menos de la mitad.

No obstante, si prestamos atención al cumplimiento estricto de los mínimos exigidos por la LGCA, comprobamos que por primera vez todas las cadenas privadas que emiten en abierto y con cobertura estatal han cumplido las horas mínimas exigidas¹⁹. Únicamente el canal Ten, que debía haber iniciado en mayo del 2017 el signado semanal de 0,5 horas, no cumple con esta exigencia.

Respecto a las cadenas públicas, al igual que sucedía en ejercicios anteriores ninguna de ellas cumplió el objetivo de las 10 horas requeridas. El canal 24h es el único que ha experimentado en estos últimos años un aumento significativo de sus horas signadas, debido a la introducción de esta medida de accesibilidad en su informativo diario de medio día.

¹⁹ En 2016 no alcanzaron los mínimos exigidos las cadenas 13 TV y Discovery Max.

Tabla 7. Evolución de horas anuales audiodescritas por canal en el periodo 2014-2017

CANAL	OBLIGACIÓN HORAS/MES 2017		2014	2015	2016	2017
CANALES PÚBLICOS						
La1	40h		0,04	0,1	0	0,04
La2	40h		1,9	2,4	2	1,9
Clan TV	40h		0	0	0,2	0
Canal 24h	40h		8,7	9,4	24,4	30
TDP	40h		0	0	0	0
Media Global de horas			2,1	2,4	5,3	6,4
CANALES PRIVADOS						
ATRESMEDIA						
Antena 3	8h		8,6	10,4	9,5	9
Sexta	8h		16,7	21,9	18	12,2
Neox	8h		16,9	16,9	16,4	15,8
Nova	8h		15	18,6	18,5	18
Mega	2h	4h	16,7	12,6	12,1	10
A3S	2h	4h	-	8,7	19,3	21,1
Media Global			14,8	14,8	15,6	14,3
MEDIASET						
Tele 5	8h		8,4	9	9,1	9,7
Cuatro	8h		10	11,2	13,5	38,4
FDF	8h		11,3	16,7	11,4	10,4
Boing	8h		9,4	10,7	10,9	10,4
Divinity	8h		15,9	19,1	11,8	11,3
Energy	8h		34,4	30,9	19,1	16,8
Be Mad	0h	2h	-	-	7,1	7,1
Media Global²⁰			14,9	16,3	13,8	16,2
NET TV						
Disney	8h		13	17,7	18,4	12,3
Paramount	8h		4,8	10	10,4	9,2
Media Global			8,9	13,8	14,4	10,7
VEO TV						
Dmax	8h		4,4	6,5	6,3	11,4
Gol	0h	2h	-	-	0,3	41
Media Global²¹			4,4	6,5	6,3	11,4
13 TV						
13TV	8h		0	1,8	7,1	9,8
REAL MADRID						
Real Madrid TV	0h	2h	-	-	4,8	17,6
TEN MEDIA						
Ten	0h	2h	-	-	0	0
RADIO BLANCA						
DKiss	0h	2h	-	-	2,1	5,1

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

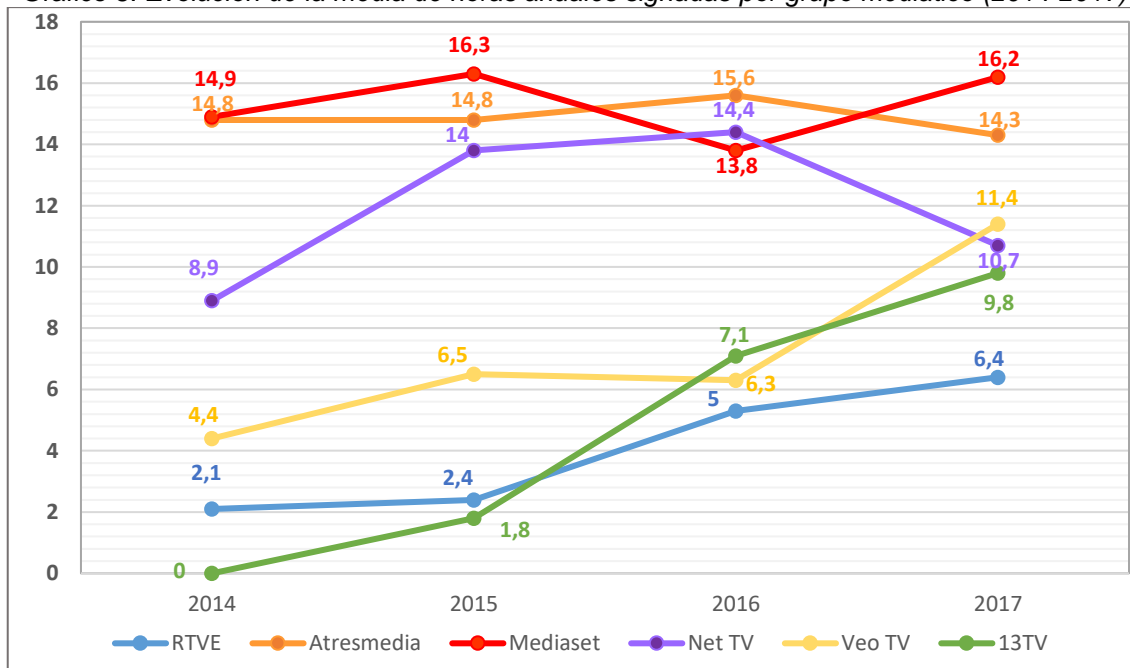
El siguiente gráfico muestra la evolución del servicio de lengua de signos en los últimos cuatro años. Esta evolución puede calificarse de positiva, pero sin que se hayan conseguido mejoras significativas.

²⁰ En el cálculo sobre la media global no se han tenido en cuenta los datos del Canal Be Mad por ser de nueva creación y alterar los mismos.

²¹ En el cálculo sobre la media global no se han tenido en cuenta los datos del Canal Gol por ser de nueva creación y alterar los mismos.

Resulta significativo comprobar como el operador público, al que la LGCA impone obligaciones con un mayor nivel de exigencia, se sitúa en el nivel más bajo de cumplimiento.

Gráfico 8. Evolución de la media de horas anuales signadas por grupo mediático (2014-2017)

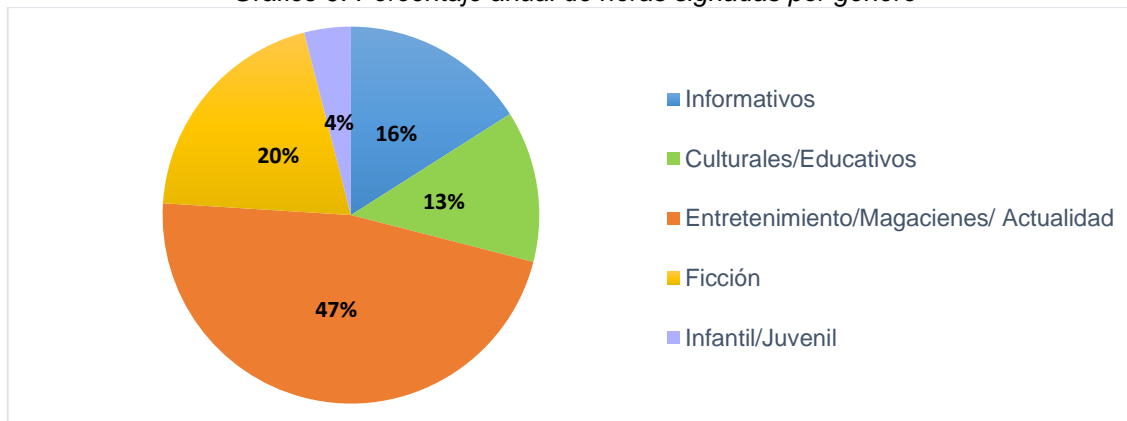


Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.3.3 Distribución de la lengua de signos en función de los géneros programáticos

En materia de géneros programáticos, la mayor parte de los operadores apostaron por el entrenamiento y la ficción (67%). DMax fue el único canal que insertó la lengua de signos de manera ostensible en programas asociados con el género cultural y educativo.

Gráfico 9. Porcentaje anual de horas signadas por género



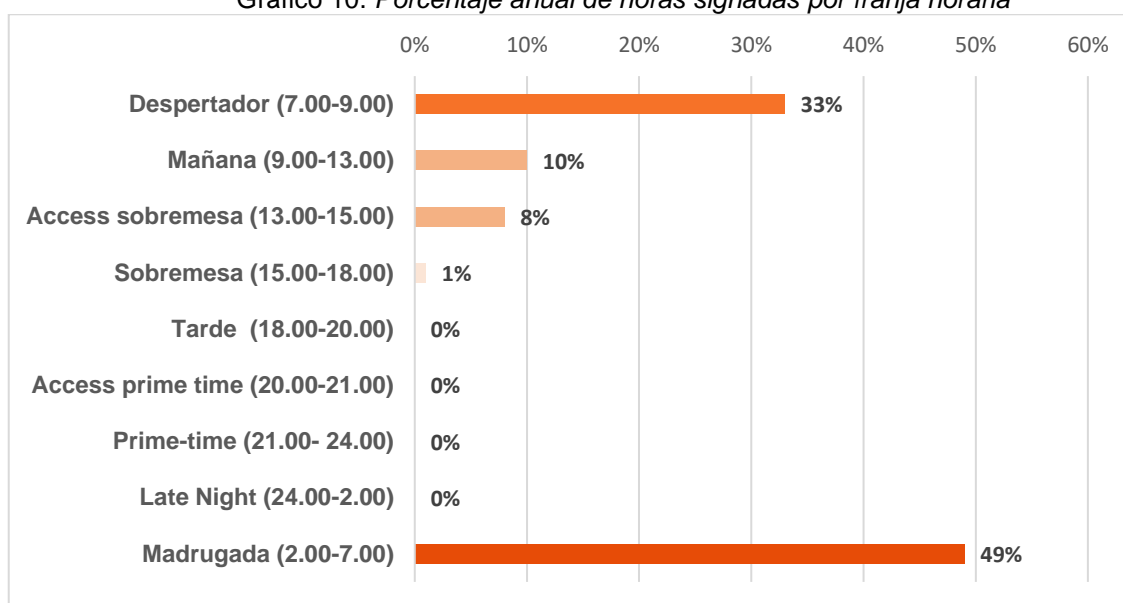
Fuente: CNMC

4.3.4 Distribución de la lengua de signos en función de las franjas horarias

Al igual que sucedía en el servicio de audiodescripción, el dato más negativo lo encontramos en materia de horarios.

Atendiendo a los datos ofrecidos por los propios operadores, el 82% de los programas signados fueron emitidos entre las 2 y las 9 de la mañana, pese a las recomendaciones de mejora que, a este respecto, se han venido efectuando por la CNMC en sus distintos informes.

Gráfico 10. Porcentaje anual de horas signadas por franja horaria



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios




4.3.4 Señalización de la lengua de signos

Actualmente son pocas las cadenas que informan sobre la disponibilidad del servicio de lengua de signos.

En concreto, tan solo los canales del grupo Atresmedia, Paramout y 13TV insertaron pictogramas al inicio de sus programas y tras la vuelta de publicidad.

El resto de canales han manifestado no estar insertando ningún tipo de señalización alegando al respecto que su inclusión no es necesaria dado que la disponibilidad de este servicio ya se puede advertir con la aparición de la imagen signada en pantalla.

Tabla 8. Señalización del servicio de lengua de signos

Prestadores	SEÑALIZACIÓN EN PANTALLA		
	Símbolo	Situación	Duración
CRTVE	No		
ATRESMEDIA		Margen inferior derecho	7 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
MEDIASET	No		
NET TV	Paramount		4 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
	Disney	No	
VEO TV	No		
13 TV		Margen superior izquierdo	2 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
RADIO BLANCA	No		
REAL MADRID	No		
TEN MEDIA	No contesta		

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.5 Conclusiones y recomendaciones

Del análisis efectuado en el presente informe se pueden extraer las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- En relación con el servicio de subtulado

El subtulado es el servicio de accesibilidad más extendido en la televisión dado que el grado de exigencia impuesto en la LGCA es muy superior al resto de medidas de accesibilidad.

La evolución de este servicio en los últimos cuatro años es francamente positiva. En el año 2014 nos encontrábamos con un total de diez canales, entre públicos y privados, que no alcanzaban los niveles mínimos de cumplimiento exigidos.

En 2017, de los veintiséis canales analizados, tan solo dos de ellos no lograron alcanzar este objetivo, si bien estuvieron cerca de los parámetros exigidos. Además, estos dos incumplimientos tuvieron su origen en discrepancias respecto de la forma de calcular los porcentajes de subtulado, divergencias que parecen haber quedado solventadas de cara a ejercicios futuros.

Cabe destacar que, por primera vez, la totalidad de los canales públicos superaron el umbral del 90%. Este dato resulta especialmente positivo si

tenemos en cuenta que, en 2014, año en el que la CNMC inició su labor supervisora, únicamente cumplía con este grado de exigencia el canal Clan TV.

- En relación con el servicio de audiodescripción

En materia de audiodescripción, los datos globales reflejan un descenso del 7% respecto del número de horas audiodescritas en el año anterior.

Pese a esta reducción de horas, hay que reseñar como dato positivo que es la primera vez que todos los canales privados cumplen con el objetivo de 2 horas semanales fijado por la LGCA.

En cuanto a los canales públicos, La1, La2 y Clan TV se mantuvieron en niveles ampliamente superiores a lo exigido, si bien los canales TDP y 24H, por las características de su carácter temático no presentaron contenidos audiodescritos.

- Lengua de signos

La lengua de signos es, con diferencia, el servicio de accesibilidad que menor penetración ha registrado en la programación emitida por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual en los últimos años. Aun cuando tiene el mismo nivel de exigencia que la audiodescripción sigue estando muy por debajo de ésta.

Así, y pese a haber mejorado en 600 horas respecto al año anterior, las horas signadas en 2017 únicamente alcanzaron las 3.600 horas. Es decir, menos de la mitad de las 7.900 horas obtenidas en materia de audiodescripción.

En cuanto al nivel de cumplimiento, cabe resaltar que la mayor parte de las cadenas privadas, con excepción del canal Ten que debía haber iniciado la prestación de este servicio en el mes de mayo de 2017, han cumplido las horas mínimas exigidas.

El operador público, tal y como venía sucediendo en ejercicios anteriores, no consiguió alcanzar el objetivo de las 10 horas semanales en ninguno de sus canales. En este sentido resulta necesario instar a la CRTVE a efectuar una mejora respecto al número de horas signadas.

Pese a este mal resultado se debe poner de manifiesto el esfuerzo de la cadena pública por mejorar en este aspecto. A finales de 2016, la CRTVE incorporó el signado en el telediario del medio día del canal 24h. Además, es conocida la inversión y el esfuerzo que en los últimos años está efectuando este operador para mejorar el servicio de lengua de signos a través de la tecnología Hbbtv.

- En relación con los géneros y franjas horarias

Resulta esencial que los servicios de accesibilidad sean prestados conforme a las expectativas de las personas con discapacidad. Los operadores no se deben conformar con cumplir los parámetros cuantitativos que exige la ley, sino que es necesario un compromiso real para que los mismos sean introducidos en programas de calidad y de contenido de interés, así como en aquellos que se emiten en horarios de máxima audiencia.

Respecto a la distribución de las medidas de accesibilidad en función de los géneros programáticos, cabe destacar que la inserción de estos servicios se centró en los contenidos de ficción y entretenimiento. Por el contrario, los programas culturales y educativos, registraron bajos niveles de accesibilidad.

Teniendo en cuenta estos datos, resulta recomendable instar a los prestadores de servicios para que efectúen un mayor esfuerzo a la hora de diversificar la inserción de medidas de accesibilidad en géneros diversos, así como en aquellos programas que generen una mayor expectación en el público en general.

Pero sin duda alguna, como ya se ha venido advirtiendo por la CNMC en informes anteriores, los datos más negativos se siguen reflejando en materia de horarios. A pesar de que la distribución horaria del servicio de subtítulo se viene efectuando de forma más o menos equilibrada por todas las franjas horarias, el servicio de audiodescripción y, en mayor grado, la lengua de signos, continúa concentrándose de forma mayoritaria en horarios de madrugada.

Estos datos negativos desvirtúan, en gran medida, las mejoras que se han venido logrando respecto al cumplimiento de las obligaciones cuantitativas. Es por ello necesario apremiar a los prestadores de servicios para que, de forma inmediata, mejoren este aspecto.

- En relación con la señalización

La existencia de medidas de accesibilidad en los contenidos audiovisuales debe de estar ineludiblemente acompañada de una señalización eficaz que informe a los usuarios sobre la disponibilidad de los mismos. Esta información debe ser accesible desde la propia pantalla del televisor, pero también a través de las guías electrónicas de programas.

El análisis efectuado en el presente informe ha revelado la falta de uniformidad con la que en la actualidad se está señalizando en pantalla. Así, respecto a los servicios de subtítulo y audiodescripción se ha podido comprobar el uso de indicadores visuales variados, con diferencias respecto al tamaño de los símbolos, color, ubicación y duración de esta información en pantalla.

La señalización en pantalla del servicio de lengua de signos es incluso más confusa dado que, la mayor parte de los canales, ni siquiera señalizan este

servicio. Los operadores alegan a este respecto que la aparición del traductor signante en pantalla resulta suficiente para informar al espectador.

En opinión de la CNMC, y de cara a suministrar una señalización eficaz que cumpla con su función informativa, sería recomendable normalizar el uso de iconos que señalicen los servicios de accesibilidad de forma uniforme en cuanto a forma, tamaño, posición y duración en pantalla, de forma que estos resulten visibles y fácilmente accesibles por todos los espectadores.

Por otro lado, en lo que se refiere a la señalización en las guías electrónicas, los resultados tampoco resultan alentadores dado que en 2017 ningún operador incluyó información sobre los servicios de accesibilidad en las citadas guías. Algunos operadores, no obstante, han manifestado estar insertando en la actualidad esta información en su señal TDT.

A este respecto, la CNMC también es conocedora de los problemas que se vienen detectando en la difusión de esta información a través de los dispositivos que actualmente se encuentran en los hogares y en el mercado dado que, muchos de ellos, no son capaces de mostrar esta información, o la muestran de forma errónea.

- En relación con el ámbito subjetivo de las obligaciones de accesibilidad

Resulta necesario un cambio normativo que venga a poner fin a la asimetría regulatoria que actualmente existe en las obligaciones de accesibilidad impuestas en la LGCA.

La recientemente aprobada Directiva de servicios de Comunicación Audiovisual tiene como principal objetivo conseguir un equilibrio entre las normas que se aplican a los prestadores de servicios audiovisuales tradicionales, a los proveedores de vídeo bajo demanda y a los servicios de plataforma de distribución de vídeos. Si bien este cambio normativo se refiere especialmente a la protección de los menores, lo cierto es que, en materia de accesibilidad, su redacción deja la puerta abierta a que los Estados miembros puedan ampliar este tipo de obligaciones a estos nuevos agentes del mercado dentro de su territorio.

Sería deseable aprovechar la oportunidad que presta la transposición de esta Directiva para introducir cambios normativos que vengan a ampliar el ámbito de aplicación de las obligaciones de accesibilidad a prestadores de servicios de comunicación audiovisual distintos a la televisión lineal en abierto, como pudieran ser los ofrecidos a través de internet, plataformas o servicios bajo demanda.

5. Análisis del cumplimiento de las obligaciones de promoción y fomento impuestas por la LGCA para impulsar la imagen de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales

5.1 Consideraciones generales

Al margen de los parámetros cuantitativos anteriormente analizados, la LGCA va más allá en su objetivo de proteger a las personas con discapacidad y como complemento a estas obligaciones de acceso establece, de forma más genérica, otra serie de previsiones encaminadas a alcanzar la normalización de la imagen de las personas con discapacidad en los contenidos audiovisuales.

En este sentido la LGCA, en su artículo 8.5, fija determinados principios que deben imperar en el tratamiento de la imagen de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales.

A este respecto dispone que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual procurarán ofrecer en sus emisiones una imagen ajustada, normalizada, respetuosa e inclusiva de las personas con discapacidad, en tanto que manifestación enriquecedora de la diversidad humana, evitando difundir percepciones estereotipadas, sesgadas o producto de los prejuicios sociales que pudieran subsistir.

De igual modo los prestadores de servicios de comunicación audiovisual deberán procurar que la aparición de personas con discapacidad en la programación sea proporcional al peso y a la participación de estas personas en el conjunto de la sociedad.

Como puede observarse, el legislador no impone parámetros de cumplimiento concretos, sino que se limita a imponer obligaciones de carácter meramente programáticas o declarativas sin fijar parámetros concretos que puedan ser supervisados por este organismo regulador.

A pesar de esta falta de criterios evaluables, la CNMC ha requerido a los prestadores de servicios información sobre los esfuerzos que durante el ejercicio 2017 han llevado a cabo en materia de programación, campañas, u otras medidas concretas puestas en marcha por los operadores encaminadas a lograr la normalización de la imagen de las personas con discapacidad en los contenidos audiovisuales.

5.2 Nivel de presencia alcanzado por las personas con discapacidad en los medios audiovisuales

A continuación, se reproducen las manifestaciones de los operadores al requerimiento efectuado por la CNMC.

- CRTVE

• Contenido programático

En materia programática la CRTVE destaca la emisión semanal, a través de sus canales La2, 24H y TVE Internacional, del espacio “En lengua de signos”, programa informativo que tiene como misión acercar la actualidad al colectivo de personas con discapacidad auditiva ofreciendo reportajes en relación con la integración, accesibilidad y concienciación.

La discapacidad visual y auditiva también se trató en el programa "La aventura del saber", donde se incluyeron reportajes y entrevistas que abordaron temas relativos a la integración y a la discapacidad.

Además la CRTVE cuenta con un *site* específico en el que se alojan todos aquellos contenidos relacionados con la discapacidad²².

• Convenios

En materia deportiva, la CRTVE ha continuado colaborando con el Comité Paralímpico Español en el fomento de la participación de los atletas españoles en los Juegos Paralímpicos. A tal fin, en el ejercicio 2017 ambas entidades firmaron un nuevo convenio de colaboración (Plan ADO paralímpico) que regula esta cooperación para los años 2017 al 2020.

A su vez, en octubre de 2017, la CRTVE suscribió con la Fundación audiovisual para la normalización social (FANS) un convenio de colaboración para la preparación, producción, difusión y emisión de una serie de micro espacios divulgativos sobre la historia y el arte en España, accesibles para las personas con discapacidad.

• Campañas de sensibilización

Además de lo anterior, la CRTVE impulsó acciones de responsabilidad con el objetivo de acercar a la sociedad civil la normalización de personas con alguna discapacidad sensorial o cognitiva.

A modo de ejemplo, y dentro de la línea que la dirección de comunicación corporativa viene celebrando bajo la denominación ‘Sentir la música’, la CRTVE facilitó que un grupo de personas con ceguera total pudiese disfrutar desde la posición de los maestros y el director de orquesta de un ensayo de la Orquesta Sinfónica RTVE.

En esta misma línea, Radio Nacional de España, como ya venía haciendo en años anteriores, invitó a afiliados de distintas fundaciones y asociaciones a los ensayos generales de varias obras de ficción sonora. Estos pudieron disfrutar de las adaptaciones y posteriormente reunirse con los técnicos de RNE para poner en común sus experiencias.

²² <http://www.rtve.es/temas/discapaciddes/1100/>

La CRTVE colaboró con la Dirección General de Tráfico y el Comité Paralímpico Español en el proyecto “Rompe tus barreras” en el que se trabaja por la reincorporación de personas víctimas de accidentes de tráfico a una vida familiar, social y laboral más digna.

En relación con la discapacidad cognitiva, la CRTVE colaboró con la Asociación “Tú puedes, juntos mejor”, en un proyecto que se apoya en la práctica del deporte al aire libre para fomentar los valores de esfuerzo y superación que supone para sus afiliados.

- **Atresmedia**

• **Contenido programático**

La Fundación Atresmedia cuenta con un canal de televisión especialmente diseñado para niños y jóvenes que se encuentran hospitalizados. El canal FAN3 emite, de forma gratuita y sin publicidad en más de 140 hospitales, programas de entretenimiento y contenidos médicos especialmente orientados a la comprensión por un público infantil y la normalización de distintas enfermedades y discapacidades.

Este canal fue galardonado en 2017 en la categoría de “Mejor Iniciativa” de los Premios MEDES-Medicina en español 2017. Asimismo, la responsable de la Fundación Atresmedia y directora del Canal FAN3, recibió el galardón de Fundación Caser por su labor en el impulso de la integración y mejora de la calidad de vida de las personas en situación de dependencia y/o con discapacidad.

Por otro lado, Atresmedia destaca la especial sensibilidad que hacia el mundo de la discapacidad se transmite a través de sus **servicios informativos**, en los que de forma habitual se incorporan noticias relacionadas con la discapacidad²³. En este ámbito, Atresmedia reseña los distintos reportajes emitidos durante el ejercicio 2017 en relación con la integración de las personas con discapacidad a través del deporte y la práctica del deporte inclusivo.

La Sexta Noticias fue galardonada en 2017 con el premio Prodis, concedido por el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), por la atención prestada en sus reportajes a las personas con discapacidad.

El programa ¿Qué me pasa Doctor? dedicó parte de su contenido a las nuevas tecnologías aplicadas a la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad (gafas que convierten texto en audio para personas con

²³ Cabe destacar la atención especial que se realiza a determinadas causas en días significativos como el Día Internacional del Síndrome de Down (21 de marzo), Día Internacional sobre Concienciación del Autismo (2 de abril), el Día Mundial de la Parálisis Cerebral (5 de octubre), el Día Internacional de las Personas Sordas (30 de septiembre) o el Día Internacional de las Personas con Discapacidad (3 de diciembre), y el apoyo a las iniciativas y proyectos de la Fundación Atresmedia.

discapacidad visual, prótesis en impresión 3D para personas con discapacidad física, implantes cocleares para las personas con discapacidad auditiva, etc).

En 2017, a través de su plataforma online, Flooxer, Atresmedia emitió la segunda temporada de la miniserie *On Fologüers*²⁴, un contenido de animación creado por la Fundación ONCE que tiene como objetivo visibilizar y normalizar el día a día de las personas con discapacidad. Atresmedia manifiesta venir colaborando desde el año 2016 con la Fundación ONCE con el objetivo de lograr que la citada plataforma tenga un papel relevante en materia de concienciación sobre la discapacidad.

- **Convenios**

Atresmedia firmó un convenio de colaboración con la **Fundación Down Madrid**, para la formación e inserción socio laboral de personas con discapacidad intelectual.

- **Campañas de sensibilización**

Atresmedia realizó diversas jornadas encaminadas a la integración de las personas con discapacidad en diferentes festivales de temática audiovisual, como el Festival de Málaga, el Festival de Vitoria y el Festival Madrid Premier Week. Los objetivos de estas jornadas, que llevaron por título 'Vive su realidad', fueron:

- Explicar qué es la discapacidad, sus tipologías, principales agentes y terminología;
- Compartir experiencias sobre la discapacidad y entender la diferencia como una característica inherente a cualquier persona; y,
- Empatizar con personas con capacidades diferentes, descubriendo las barreras con que se encuentran en su actividad cotidiana.

Estas sesiones se desarrollaron dentro de la Programación del Festival para fomentar la participación de los diferentes profesionales del sector audiovisual que asistieron al festival (productores, realizadores y guionistas) buscando con ello promover la incorporación de las personas con discapacidad en los distintos equipos de trabajo.

A su vez, con el objetivo de impulsar la integración de personas con discapacidad en los contenidos audiovisuales, la Fundación Atresmedia realizó jornadas similares en empresas del sector audiovisual.

En materia formativa, la citada Fundación viene impulsando desde el año 2010 una escuela audiovisual para personas con discapacidad (Proyecto PRO), cuyo principal objetivo es facilitar la incorporación laboral en el sector audiovisual de este colectivo. En concreto, en 2017 se concedieron 9 becas formativas para estudios relacionados con animación 3D, como el Ciclo formativo de grado

²⁴ <http://www.flooxer.com/ver-videos/formatos/on-fologuers/58b850340cf28c3fe96f08c6>

superior en animación 3D, juegos y entornos interactivos y el Master en animación 3D de personajes.

Como complemento de estas actividades, la Fundación Atresmedia durante 2017 ha participado en distintos congresos y jornadas con el objetivo de llevar el mensaje de integración de personas con discapacidad a contenidos audiovisuales²⁵.

- **Mediaset**

• **Contenido programático**

Mediaset cita varios programas emitidos en sus canales de televisión en los cuales participaron como protagonistas personas con algún tipo de discapacidad sensorial o cognitiva, en concreto, Cámbiame, Got Talent, Got Talent Junior, Chester in love, First Dates, Volando Voy o Crónica Cuatro.

Otros programas a través de los cuales el grupo Mediaset dio eco a las diversas dificultades que las personas con discapacidad y su entorno se encuentran en el día a día fueron, entre otros, AR, Viva la vida, Sálvame o Pasapalabra.

Por último, Mediaset manifiesta haber prestado cobertura informativa a la discapacidad a través de los espacios informativos emitidos en los canales Telecinco y Cuatro y a través de su página web.

Respecto a los demás operadores consultados, cabe señalar que 13TV cita distintos reportajes emitidos a través de sus informativos en relación con la discapacidad. El resto manifiestan no estar emitiendo ni realizando acciones en relación con la normalización de la imagen de la discapacidad.

5.3 Conclusiones y recomendaciones

En términos generales, haciendo una comparación con los resultados obtenidos en anteriores ejercicios, se aprecia un paulatino avance en la implicación de los principales grupos mediáticos respecto a la normalización de la imagen de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales.

Del examen de la programación analizada se ha podido constatar que los canales generalistas se esfuerzan por incluir reportajes referidos a la accesibilidad en sus servicios informativos y programas de actualidad para que esta problemática pueda ser conocida por el conjunto de la sociedad.

²⁵ En concreto Atresmedia cita los siguientes:

- Congreso Internacional Mujer y Discapacidad “Cruzamos fronteras”.
- Jornada Accesibilidad Webs Medios De Comunicación.
- Mesa redonda “Como afecta la discapacidad al mundo laboral. Retos y oportunidades”.
- Cursos verano El Escorial: Diversidad, discapacidad y medios de comunicación.
- Congreso Soluciones Contagiosas, organizado por Plena Inclusión.
- Congreso CONCAHUSA.
- Jornada “Televisión y Discapacidad: pasado presente y futuro de la imagen y percepción de la discapacidad en la sociedad”.

A su vez, los operadores están empezando a incluir y normalizar la presencia de las personas con discapacidad como protagonistas activos de programas en los que la discapacidad no es el tema central, es decir, estas personas aparecen en situaciones de normalidad.

Pese a estos avances, cabe indicar que aún se halla muy lejos el objetivo de alcanzar el nivel de presencia proporcional al que se refiere la LGCA.

Como ya se ha indicado, la LGCA no establece un porcentaje concreto en el que se deba materializar la presencia de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales, pero sí reclama que esta presencia sea proporcional al peso y a la participación de estas personas en el conjunto de la sociedad.

Por todo ello, resulta necesario recordar a los prestadores de servicios sobre la necesidad de seguir trabajando para conseguir una presencia adecuada e integradora de las personas con discapacidad en los medios audiovisuales

ANEXO I: DATOS CRTVE

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzado en 2018

Canal Mes	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Enero	90%	86,9%	90%	85,1%	90%	97,4%	90%	87,1%	90%
Febrero	90%	94,0%	90%	92,1%	90%	99,2%	90%	87,3%	90%	94,0%
Marzo	90%	95,1%	90%	92,3%	90%	99,7%	90%	88,8%	90%	90,2%
Abril	90%	93,0%	90%	93,3%	90%	99,9%	90%	88,4%	90%	93,1%
Mayo	90%	93,7%	90%	92,6%	90%	99,7%	90%	91,2%	90%	94,1%
Junio	90%	93,5%	90%	92,8%	90%	99,8%	90%	88,9%	90%	93,7%
Julio	90%	88,8%	90%	91,3%	90%	99,9%	90%	92,2%	90%	93,8%
Agosto	90%	90,9%	90%	93,8%	90%	99,6%	90%	91,9%	90%	89,1%
Septiembre	90%	93,1%	90%	94,5%	90%	99,7%	90%	91,9%	90%	91,4%
Octubre	90%	96,1%	90%	96,0%	90%	99,7%	90%	94,1%	90%	94,7%
Noviembre	90%	95,8%	90%	94,5%	90%	99,4%	90%	95,8%	90%	94,8%
Diciembre	90%	93,2%	90%	95,4%	90%	99,1%	90%	94,7%	90%	93,8%
Media anual	92,8%		92,8%		99,4%		91,1%		92,6%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos	2.473	31,5%	153	2%			7.271	92,4%		
Culturales/ Educativos	232	3%	4.347	55,6%			252	3,2%	12	0,2%
Entretenimiento Magazines/ Actualidad	2.789	35,5%	1.609	20,6%	755	8,8%	102	1,3%	4	0,1%
Cobertura institucional	65	0,8%	1				214	2,7%		
Ficción	2.221	28,2%	1.654	21,2%	967	11,3%				
Deportes	81	1%	17	0,2%			15	0,2%	7.865	99,8%
Infantil/Juvenil			2		6.828	79,9%				
Otros	1	0%	38	0,5%			12	0,2%		
Total	7.863	100%	7.820	100%	8.550	100%	7.866	100%	7.881	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Canal Franja	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	601	7,6%	613	7,8%	709	8,3%	585	7,4%	700	8,9%
Mañana (9.00-13.00)	1.206	15,3%	1.567	20%	1.444	16,9%	1.212	15,4%	1.353	17,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)	657	8,4%	558	7,1%	699	8,2%	886	11,3%	625	7,9%
Sobremesa (15.00-18.00)	955	12,1%	945	12,1%	1.078	12,6%	809	10,3%	984	12,5%
Tarde (18.00-20.00)	694	8,8%	743	9,5%	720	8,4%	697	8,9%	677	8,6%
Access prime time (20.00-21.00)	226	2,9%	330	4,2%	370	4,3%	387	4,9%	358	4,5%
Prime-time (21.00- 24.00)	1.257	16%	1.044	13,4%	1.127	13,2%	959	12,2%	1.013	12,9%
Late Night (24.00-2.00)	664	8,4%	733	9,4%	786	9,2%	701	8,9%	658	8,4%

Madrugada (2.00-7.00)	1.604	20,4%	1.287	16,5%	1.617	18,9%	1.631	20,7%	1.512	19,2%
Total	7.863	100%	7.820	100%	8.550	100%	7.866	100%	7.881	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Canal Mes	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Enero	40	81,1	40	107	40	84,3	40	0	40
Febrero	40	66	40	88,2	40	78,9	40	0	40	0
Marzo	40	75,6	40	78	40	75,8	40	0	40	0
Abril	40	79,9	40	52,8	40	99,3	40	0	40	0
Mayo	40	95,8	40	90,9	40	100,6	40	0	40	0
Junio	40	93,7	40	52,7	40	108,7	40	0	40	0
Julio	40	102,4	40	60,9	40	94,2	40	0	40	0
Agosto	40	102,2	40	92,3	40	101,8	40	0	40	0
Septiembre	40	110,4	40	61,4	40	143,2	40	0	40	0
Octubre	40	91,3	40	82,8	40	123,2	40	0	40	0
Noviembre	40	94,5	40	54,8	40	96,7	40	0	40	0
Diciembre	40	84,7	40	67,6	40	110,6	40	0	40	0
Media anual	89,8		74,1		101,4		0		0	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos										
Culturales/ Educativos	48	4,5%	565	63,5%						
Entretenimiento/ Magacines/ Actualidad	472	43,8%	32	3,6%	42	3,5%				
Ficción	558	51,8%	293	32,9%	764	62,8%				
Deportes										
Infantil/Juvenil					411	33,7%				
Otros										
Total	1078	100%	890	100%	1.217	100%				

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Canal Franja	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	4	0,3%	131	14,8%	745	6,1%				
Mañana (9.00-13.00)	188	17,4%	70	7,9%	158	13%				
Access sobremesa (13.00-15.00)	122	11,4%	49	5,5%						
Sobremesa (15.00-18.00)	359	33,4%	202	22,6%	58	4,8%				
Tarde (18.00-20.00)	19	1,8%	55	6,2%	55	4,6%				
Access prime time (20.00-21.00)	4	0,4%	36	4,1%	6	0,5%				
Prime-time (21.00- 24.00)	272	25,2%	277	31,2%	43	3,5%				

Late Night (24.00-2.00)	76	7,1%	34	3,8%	414	34%				
Madrugada (2.00-7.00)	34	3,2%	36	4%	408	33,5%				
Total	1.078	100%	890	100	1.217	100%				

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Canal Mes	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Enero	40	0	40	2,0	40	0	40	25,3	40	0
Febrero	40	0	40	2,1	40	0	40	25,0	40	0
Marzo	40	0	40	2,1	40	0	40	29,7	40	0
Abril	40	0	40	2,0	40	0	40	26,2	40	0
Mayo	40	0	40	2,0	40	0	40	36,3	40	0
Junio	40	0	40	2,1	40	0	40	46,5	40	0
Julio	40	0	40	2,6	40	0	40	29,0	40	0
Agosto	40	0	40	0,0	40	0	40	26,9	40	0
Septiembre	40	0	40	1,5	40	0	40	26,7	40	0
Octubre	40	0,5	40	2,6	40	0	40	37,2	40	0
Noviembre	40	0	40	2,1	40	0	40	26,1	40	0
Diciembre	40	0	40	2,0	40	0	40	25,1	40	0
Media anual	0,04		1,9		0		30		0	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos							335	93,1%		
Culturales/ Educativos	0,5	100%	23	100%			22	6,3%		
Entretenimiento/ Magacines/Actualidad										
Cobertura institucional							3	0,6%		
Ficción										
Deportes										
Infantil/Juvenil										
Otros										
Total	0,5	100%	23	100%			360	100%		

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Canal Franja	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)			23	100%			9,4	2,6		
Mañana (9.00-13.00)							21,7	6,0		
Access sobremesa (13.00-15.00)							279,4	77,6		
Sobremesa (15.00-18.00)							18,8	5,2		
Tarde (18.00-20.00)							7,7	2,1		

Access prime time (20.00-21.00)							0,4	0,1		
Prime-time (21.00- 24.00)										
Late Night (24.00-2.00)										
Madrugada (2.00-7.00)	0,5	100%					22,5	6,2		
Total	0,5	100%	23	100%			360	100%		

ANEXO 2: DATOS ATRESMEDIA

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Canal Mes	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
Enero	75%	73,2	75%	69,0	75%	79,1	75%	76,4	25%	89,7	25%	93,8
Febrero	75%	74,9	75%	71,3	75%	78,6	75%	73,9	25%	87,2	25%	93,3
Marzo	75%	74,6	75%	71,3	75%	78,5	75%	73,4	25%	91,5	25%	89,3
Abril	75%	74,0	75%	71,7	75%	78,4	75%	71,9	25%	89,4	25%	90,2
Mayo	75%	78,9	75%	77,3	75%	79,1	75%	76,1	25%	90,1	25%	92,7
Junio	75%	80,1	75%	76,4	75%	79,8	75%	75,8	25%	91,0	25%	94,4
Julio	75%	80,2	75%	76,9	75%	79,4	75%	75,7	45%	96,6	25%	93,6
Agosto	75%	79,6	75%	76,5	75%	79,8	75%	74,9	45%	91,7	25%	90,9
Septiembre	75%	80,2	75%	76,5	75%	79,3	75%	74,8	45%	92,0	25%	94,6
Octubre	75%	79,4	75%	76,3	75%	79,0	75%	78,8	45%	91,6	25%	93,7
Noviembre	75%	81,1	75%	79,1	75%	80,4	75%	86,2	45%	93,5	25%	95,3
Diciembre	75%	86,7	75%	84,2	75%	83,9	75%	74,5	45%	94,5	45%	91,5
Media anual	78,6%		75,5%		79,6%		76%		91,6%		92,8%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos	1.156	19,7%	757	13,5%			106	1,8%				
Culturales/ Educativos												
Entretenim/ Magacines/ Actualidad	2.566	43,6%	3.521	62,8%	445	7,5%	469	8%	722	10,5%	8	0,1%
Ficción	2.076	35,3%	1.248	22,3%	5.424	90%	5.261	89,5%	5.411	78,7%	7.012	99,9%
Deportes	25	0,3%	25	0,4%					744	10,8%		
Infantil/ Juvenil					122							
Otros	57	1%	55	1%	35	0,6%	42	0,7%				
Total	5.880	100%	5.606	100%	6.026	100%	5.879	100%	6.876	100%	7.020	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Canal Género	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	977	13	645	8,6	670	8,8	588	7,7	634	8,4	934	12,3
Mañana (9.00-13.00)	832	11,1	1.084	14,5	1.197	15,8	1.107	14,5	1.139	15,1	1.136	15
Access sobremesa (13.00-15.00)	673	9	707	9,5	540	7,1	569	7,5	659	8,8	642	8,5

Sobremesa (15.00-18.00)	902	12	754	10,1	847	11,2	925	12,1	867	11,5	832	11
Tarde (18.00-20.00)	430	5,7	559	7,5	607	8	543	7,1	549	7,3	580	7,7
Access prime time (20.00-21.00)	279	3,7	306	4,1	247	3,3	317	4,1	303	4	321	4,2
Prime-time (21.00- 24.00)	774	10,3	780	10,4	877	11,6	902	11,8	788	10,5	776	10,3
Late Night (24.00-2.00)	671	8,9	616	8,2	643	8,5	688	9	596	7,9	721	9,5
Madrugada (2.00-7.00)	344	4,6	158	2,1	398	5,2	241	3,2	1341	17,8	1.080	14,3
Total	5.880	78,6%	5.606	75,5%	6.026	79,6%	5.879	77,2%	6.876	91,4%	7.020	92,8%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Canal / Mes	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
Enero	8	12,8	8	11,5	8	28,3	8	10	2	9,3	2	24,5
Febrero	8	15,1	8	10,3	8	23,9	8	8,8	2	10,3	2	24,9
Marzo	8	11,6	8	11,6	8	38,4	8	17,3	2	11,3	2	23,5
Abril	8	15,6	8	12,2	8	36,5	8	25	2	9,1	2	30,2
Mayo	8	17,2	8	11,5	8	28,8	8	13,2	2	11,6	2	19,4
Junio	8	16,5	8	11,2	8	28,2	8	8,9	2	18,5	2	19,5
Julio	8	16,5	8	11,8	8	29,1	8	20,8	4	8,7	2	29
Agosto	8	19,4	8	10,7	8	27,5	8	17,4	4	11	2	28,2
Septiembre	8	17,6	8	11,4	8	23,2	8	16,5	4	10,5	2	32
Octubre	8	12,8	8	13,6	8	29,5	8	10,4	4	9	2	27,2
Noviembre	8	11,9	8	13,2	8	49,3	8	14,1	4	12,5	2	28
Diciembre	8	15,9	8	17	8	57,7	8	43,9	4	13,8	4	44,2
Media anual	15,2		12,2		33,4		17,2		11,3		27,6	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Canal / Género	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos												
Culturales/ Educativos												
Entretenim/ Magacines/ Actualidad	89	48,6%	90	61,6%	190	47,6%			7	5,2%	1	0,3%
Ficción	94	51,4%	56	38,4%	209	52,4%	206	100%	128	94,8%	329	97%
Deportes												
Infantil/ Juvenil												
Otros												
Total	183	100%	146	100%	399	100%	206	100%	135	100%	330	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Canal / Género	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	89	48,6%	39	26,7%	19	4,8%	91	44,2%	8	5,9%	85	25,8%
Mañana (9.00-13.00)			56	38,4%	34	8,5%	7	3,4%			1	0,3%

Access sobremesa (13.00-15.00)	94	51,4%			26	6,5%	1	0,5%			7	2,1%
Sobremesa (15.00-18.00)					9	2,3%					5	1,5%
Tarde (18.00-20.00)					11	2,8%					1	0,3%
Access prime time (20.00-21.00)					1	0,3%	1	0,5%			23	7,0%
Prime-time (21.00- 24.00)					97	24,3%	23	11,2%			20	6,1%
Late Night (24.00-2.00)					8	2%	36	17,5%			1	0,3%
Madrugada (2.00-7.00)			51	34,9%	195	48,9%	48	23,3%	127	94,1%	187	56,7%
Total	183	100%	146	100%	399	100%	206	100%	135	100%	330	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal		A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Enero	8	10,2	8	11,5	8	15,3	8	20,1	2	8,6	2	22,3		
Febrero	8	8,2	8	10,3	8	15	8	17,1	2	8,9	2	19,4		
Marzo	8	8,1	8	11,6	8	17,1	8	16,7	2	11	2	19,3		
Abril	8	8,3	8	12,2	8	14,2	8	17,6	2	8,9	2	24,4		
Mayo	8	10,2	8	11,5	8	17	8	18,8	2	8,6	2	19,3		
Junio	8	8,1	8	11,2	8	16,4	8	17	2	12,2	2	19,4		
Julio	8	10,9	8	11,5	8	14,9	8	19,1	4	8,7	2	24,2		
Agosto	8	9	8	11,4	8	15,7	8	15	4	10,3	2	19,6		
Septiembre	8	8,1	8	11	8	15,6	8	18,1	4	9,7	2	20,5		
Octubre	8	10,1	8	13,6	8	16,4	8	19,9	4	8,6	2	21,8		
Noviembre	8	8,1	8	13,2	8	16,5	8	17	4	11,7	2	19,5		
Diciembre	8	8,7	8	17	8	15,6	8	18,9	4	12,5	4	24,1		
Media anual	9		12,2		15,8		18		10		21,1			

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal		A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos	108	100%							106	49,9%				
Culturales/ Educativos														
Entretenim/ Magacines/ Actualidad			91	62,3%	188	99,9%								
Ficción			55	37,7%					109	51,1%	120	100%	254	100%
Deportes														
Infantil/ Juvenil														
Otros							0,35	0,1%						
Total	108	100%	146	100%	189	100%	215	100%	120	100%	254	100%		

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Canal Género	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	49	45,4%	40	27,4%	0,3	0,1%	117	54,4%	4	3,3%	83	32,7%
Mañana (9.00-13.00)			55	37,7%								
Access sobremesa (13.00-15.00)												
Sobremesa (15.00-18.00)												
Tarde (18.00-20.00)												
Access prime time (20.00-21.00)												
Prime-time (21.00- 24.00)												
Late Night (24.00-2.00)												
Madrugada (2.00-7.00)	59	54,6%	51	34,9%	188	99,9%	98	45,6%	116	96,7%	171	67,3%
Total	108	100%	146	100%	189	100%	215	100%	120	100%	254	100%

ANEXO 3: DATOS MEDIASET

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Canal Mes	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
Enero	75%	90,9	75%	85,3	75%	82	75%	83,4	75%	84,2	75%	81	45%	78,3
Febrero	75%	87,6	75%	85,1	75%	82,7	75%	80	75%	85,2	75%	86,5	45%	71
Marzo	75%	86,8	75%	85,9	75%	83,7	75%	80,9	75%	87,8	75%	86,2	45%	78
Abril	75%	89,3	75%	85,6	75%	80,1	75%	79,1	75%	86,1	75%	88,9	45%	83,1
Mayo	75%	89,9	75%	90,1	75%	82	75%	77,3	75%	88,7	75%	92,5	45%	84
Junio	75%	88,2	75%	85	75%	80,5	75%	79,8	75%	83,5	75%	93,3	45%	86,3
Julio	75%	91,4	75%	85,4	75%	82,9	75%	77,4	75%	86,3	75%	89,7	45%	75,2
Agosto	75%	94,2	75%	84,8	75%	82,6	75%	80,2	75%	86,2	75%	89,8	45%	71,1
Septiembre	75%	92,2	75%	87	75%	85,3	75%	79	75%	88,6	75%	92,4	45%	76,3
Octubre	75%	90,4	75%	88,2	75%	85,4	75%	77,9	75%	87,8	75%	91,8	45%	75,2
Noviembre	75%	92,4	75%	88,6	75%	85,3	75%	81,6	75%	91,6	75%	91,8	45%	81,8
Diciembre	75%	90,2	75%	88,7	75%	85	75%	78,2	75%	89,8	75%	97,5	45%	87,7
Media anual	90,3		86,6		83,1		79,6		87,1		90,1		79	

1.2 Porcentaje de subtítulos atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos	1.053	16,1%			777	13,9%								
Culturales/ Educativos					1								8	0,1%
Entretenim/ Magacines/ Actualidad	3.767	57,5%			2.749	49,2%	47	0,8%	148	25,5%	204	3,2%	5.754	96,9%
Ficción	522	8,0%	5391	97,6%	2.001	35,8%	355	5,8%	4.302	74,2%	6.185	96,8%	90	1,5%
Deportes	22	0,3%	131	2,4%	58	1,0%							89	1,5%

Infantil/Juvenil	1				0,6		5.762	93,4%	0,5					
Otros	1.183	8,1%			0,6				15	0,3%				
Total	6.546	100%	5.522	100%	5.587	100%	6.164	100%	5.797	100%	6.389	100%	5.941	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Canal Franja	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	939	14,3%	432	7,8%	520	9,3%	480	7,8%	419	7,2%	541	8,5%	504	8,5%
Mañana (9.00-13.00)	513	7,8%	1121	20,3%	1.350	24,2%	901	14,6%	1.074	18,5%	1.054	16,5%	669	11,3%
Access sobremesa (13.00-15.00)	193	2,9%	715	12,9%	426	7,6%	502	8,1%	513	8,8%	461	7,2%	452	7,6%
Sobremesa (15.00-18.00)	1.387	21,2%	657	11,9%	829	14,8%	736	11,9%	863	14,9%	794	12,4%	756	12,7%
Tarde (18.00-20.00)	82	1,3%	409	7,4%	411	7,4%	372	6,0%	501	8,6%	446	7%	438	7,4%
Access prime time (20.00-21.00)	2.53	3,9%	461	8,3%	281	5,0%	237	3,8%	184	3,2%	311	4,9%	287	4,8%
Prime-time (21.00- 24.00)	1.177	18,0%	773	14,0%	958	17,1%	870	14,1%	696	12%	890	13,9%	797	13,4%
Late Night (24.00-2.00)	191	2,9%	529	9,6%	496	8,9%	601	9,8%	535	9,2%	510	8%	485	8,2%
Madrugada (2.00-7.00)	1.812	27,7%	425	7,7%	316	5,7%	1.465	23,8%	1.012	17,5%	1.382	21,6%	1.553	26,1%
Total	6.546	100%	5.522	100%	5.587	100%	6.164	100%	5.797	100%	6.389	100%	5.941	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Canal Mes	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
Enero	8	9,9	8	72	8	16,4	8	11,3	8	9,3	8	17,2	1	5,6
Febrero	8	8,8	8	52,1	8	25,3	8	10,2	8	7,9	8	15	1	4,9
Marzo	8	8,8	8	85,3	8	28,8	8	11,3	8	9,2	8	15,7	1	4,2
Abril	8	10,9	8	70,1	8	31,8	8	9,8	8	11,1	8	16,7	1	4,5
Mayo	8	9,8	8	49,8	8	46,9	8	11,2	8	11,7	8	16,1	1	7,2
Junio	8	8,8	8	62,2	8	38,1	8	10,9	8	11,3	8	13	1	7,4
Julio	8	11	8	81,5	8	41,3	8	11,3	8	13,2	8	13,2	1	5,5
Agosto	8	8,7	8	48,8	8	44,7	8	11,3	8	12,4	8	18,1	1	8,9
Septiembre	8	9,9	8	68,5	8	41,1	8	10,9	8	11,2	8	16,7	1	8,8
Octubre	8	9,9	8	78,8	8	49,8	8	11,3	8	11,4	8	19,7	1	9,6
Noviembre	8	8,8	8	57,9	8	47,1	8	11	8	14,5	8	16,6	1	9
Diciembre	8	11	8	66,7	8	49,8	8	11,3	8	12,7	8	24,2	1	9,2
Media anual	9,7		66,2		38,4		11		11,3		16,8		7,1	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos														
Culturales/ Educativos														
Entretenim/ Magacines/ Actualidad	116	100%	125	15,8%	461	100%			136	100%	202	100%	85	100%
Ficción			668	84,2%										

Deportes														
Infantil/ Juvenil							131	100%						
Otros														
Total	116	100%	793	100%	461	100%	131	100%	136	100%	202	100%	85	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Canal Franja	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	32	27,3	125	15,8	305	66,1			79	58,1			18	20,7
Mañana (9.00-13.00)			29	3,7	53	11,4							1	1
Access sobremesa (13.00-15.00)			277	34,9										
Sobremesa (15.00-18.00)			85	10,7										
Tarde (18.00-20.00)			32	4,0										
Access prime time (20.00-21.00)			1,3	0,2										
Prime-time (21.00- 24.00)			0,1	0										
Late Night (24.00-2.00)			39	4,9										
Madrugada (2.00-7.00)	84	72,7	205	25,8	103	22,4	131	100	57	41,9	202	100	67	78,8
Total	116	100%	793	100%	461	100%	131	100%	136	100%	202	100%	85	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Canal Mes	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
Enero	8	9,9	8	10	8	16,4	8	11,3	8	9,3	8	17,2	1	5,6
Febrero	8	8,8	8	9,4	8	25,3	8	10,2	8	7,9	8	15	1	4,9
Marzo	8	8,8	8	11,1	8	28,8	8	11,3	8	9,2	8	15,7	1	4,2
Abril	8	10,9	8	9	8	31,8	8	9,8	8	11,1	8	16,7	1	4,5
Mayo	8	9,8	8	11,3	8	46,9	8	11,2	8	11,7	8	16,1	1	7,2
Junio	8	8,8	8	11	8	38,1	8	10,9	8	11,3	8	13	1	7,4
Julio	8	11	8	9,2	8	41,8	8	11,3	8	13,2	8	13,2	1	5,5
Agosto	8	8,7	8	10,8	8	44,7	8	11,3	8	12,4	8	18,1	1	8,9
Septiembre	8	9,9	8	10,8	8	41,1	8	10,9	8	11,2	8	16,7	1	8,8
Octubre	8	9,9	8	11,8	8	49,8	8	11,3	8	11,4	8	19,7	1	9,6
Noviembre	8	8,8	8	11,9	8	47,1	8	11,0	8	14,5	8	16,6	1	9
Diciembre	8	11	8	9	8	49,8	8	11,3	8	12,7	8	24,2	1	9,2
Media anual	9,7		10,4		38,4		10,4		11,3		16,8		7,1	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos														
Culturales/ Educativos														
Entretenim/	116	100%	125	100%	461	100%			136	100%	202	100%	85	100%

Magacines/ Actualidad														
Ficción														
Deportes														
Infantil/ Juvenil							131	100%						
Otros														
Total	116	100%	125	100%	461	100%	131	100%	136	100%	202	100%	85	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Canal Franja	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	32	27,3	125	100	305	66,1			79	58,1			18	20,7
Mañana (9.00-13.00)					53	11,4							1	1
Access sobremesa (13.00-15.00)														
Sobremesa (15.00-18.00)														
Tarde (18.00-20.00)														
Access prime time (20.00-21.00)														
Prime-time (21.00- 24.00)														
Late Night (24.00-2.00)														
Madrugada (2.00-7.00)	84	72,7			103	22,4	131	100	57	41,9	202	100	66	78,8
Total	116	100%	125	100%	461	100%	131	100%	136	100%	202	100%	85	100%

ANEXO 4: DATOS NET TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	DISNEY		PARAMOUNT	
Enero	75%	93,3%	75%	79,7%
Febrero	75%	93%	75%	88,5%
Marzo	75%	92,2%	75%	84,5%
Abril	75%	93,4%	75%	84,3%
Mayo	75%	91,2%	75%	84,2%
Junio	75%	90,7%	75%	84,3%
Julio	75%	91,9%	75%	84,4%
Agosto	75%	90,6%	75%	85,6%
Septiembre	75%	94,3%	75%	84,5%
Octubre	75%	93,4%	75%	83,9%
Noviembre	75%	91,3%	75%	84,5%
Diciembre	75%	91,9%	75%	87,2%
Media anual	92,3%		84,6%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
		Horas	%	Horas	%
Informativos					
Culturales/Educativos					
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		1.977	28,4%		
Ficción		5.038	71,6%	5.430	100%
Deportes					
Infantil/Juvenil					
Otros					
Total		7.015	100%	5430	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
		Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		541	7,7%		
Mañana (9.00-13.00)		1.082	15,4%	987	18,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)		541	7,7%	494	9,1%
Sobremesa (15.00-18.00)		888	12,7%	740	13,6%
Tarde (18.00-20.00)		604	8,6%	494	9,1%
Access prime time (20.00-21.00)		302	4,3%	247	4,5%
Prime-time (21.00- 24.00)		907	12,9%	740	13,6%
Late Night (24.00-2.00)		624	8,9%	494	9,1%
Madrugada (2.00-7.00)		1.559	22,2%	1.234	22,7%
Total		7.015	100%	5.430	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes	Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
		Horas	%	Horas	%
Enero		8	30,2	8	10,1
Febrero		8	31,3	8	8,3
Marzo		8	45,7	8	10,7
Abril		8	32,8	8	8,3
Mayo		8	38,4	8	10,3
Junio		8	26	8	8,8
Julio		8	33,1	8	8,3
Agosto		8	23,3	8	10,3
Septiembre		8	27,5	8	8,3
Octubre		8	36,2	8	10,4
Noviembre		8	39	8	8,3
Diciembre		8	44,5	8	8,3
Media anual		34		9,9	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Informativos				
Culturales/Educativos			101,2	92%
Entretenimiento/ Magacines/Actualidad	388,2	95%		
Ficción	20,4	5%	9,2	8%
Deportes				
Infantil/Juvenil				
Otros				
Total	408,4	100%	110,4	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)				
Mañana (9.00-13.00)	35,3	8,7%		
Access sobremesa (13.00-15.00)	11,7	2,8%		
Sobremesa (15.00-18.00)				
Tarde (18.00-20.00)	3,2	0,7%		
Access prime time (20.00-21.00)				
Prime-time (21.00- 24.00)				
Late Night (24.00-2.00)				
Madrugada (2.00-7.00)	358,2	87,8%	110,4	100%
Total	408,4	100%	110,4	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Enero	8	4,4	8	10,1
Febrero	8	3,0	8	8,3
Marzo	8	5,9	8	10,7
Abril	8	5,9	8	8,3
Mayo	8	5,8	8	10,3
Junio	8	16,2	8	8,8
Julio	8	19,1	8	8,3
Agosto	8	17,6	8	10,3
Septiembre	8	13,3	8	8,3
Octubre	8	19,1	8	10,4
Noviembre	8	14,7	8	8,3
Diciembre	8	11,8	8	8,3
Media anual	12,3		9,2	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
		Horas	%	Horas	%
Informativos					
Culturales/Educativos				101	92%
Entretenimiento/Magacines/Actualidad					
Ficción		148	100%	9	8%
Deportes					
Infantil/Juvenil					
Otros					
Total		148	100%	110	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
		Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		148	100%		
Mañana (9.00-13.00)					
Access sobremesa (13.00-15.00)					
Sobremesa (15.00-18.00)					
Tarde (18.00-20.00)					
Access prime time (20.00-21.00)					
Prime-time (21.00- 24.00)					
Late Night (24.00-2.00)					
Madrugada (2.00-7.00)				110	100%
Total		148	100%	110	100%

ANEXO 5: DATOS VEO TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal	DMAX		GOL ²⁶	
Enero		75%	74,4%	0%	24%
Febrero		75%	63,4%	0%	22%
Marzo		75%	72,2%	0%	3%
Abril		75%	67,9%	0%	3%
Mayo		75%	73,3%	0%	5%
Junio		75%	80,4%	25%	24%
Julio		75%	73,7%	25%	37%
Agosto		75%	69,2%	25%	39%
Septiembre		75%	75,4%	25%	35%

²⁶ El canal Gol TV empezó a emitir el 1 de junio de 2016.

Octubre	75%	75,7%	25%	28%
Noviembre	75%	83,6%	25%	35%
Diciembre	75%	95,1%	25%	19%
Media anual	69,1%		23%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Informativos					
Culturales/Educativos		1.224	24,4%		
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		3.205	63,8%	1080	65%
Ficción		30	0,6%		
Deportes				569	35%
Infantil/Juvenil					
Otros		568	11,3%		
Total		5.028	100%	1.649	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		505	10%		
Mañana (9.00-13.00)		1203	24%	17	1%
Access sobremesa (13.00-15.00)		400	7,9%	98	6%
Sobremesa (15.00-18.00)		424	8,4%		
Tarde (18.00-20.00)		358	7,1%	495	30%
Access prime time (20.00-21.00)		156	3,1%	495	30%
Prime-time (21.00- 24.00)		423	8,4%	495	30%
Late Night (24.00-2.00)		222	4,4%	49	3%
Madrugada (2.00-7.00)		1338	26,6%		
Total		5.028	100%	1.649	

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Enero		8	4,4	0	0,8
Febrero		8	3	0	4,0
Marzo		8	5,9	0	0
Abril		8	5,9	0	0
Mayo		8	5,8	0	0
Junio		8	16,2	2	2,9
Julio		8	19,1	2	6,5
Agosto		8	17,6	2	3,3
Septiembre		8	13,3	2	3,3
Octubre		8	19,1	2	2,9

Noviembre	8	14,7	2	3,2
Diciembre	8	11,8	2	3,6
Media anual	11,4		2,5	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Informativos					
Culturales/Educativos		57	41,8%		
Entretenimiento/ Magacines/Actualidad		80	58,2%		
Ficción					
Deportes				31	100%
Infantil/Juvenil					
Otros					
Total		137	100%	31	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		32	23%		
Mañana (9.00-13.00)		65	47,4%		
Access sobremesa (13.00-15.00)				17	57%
Sobremesa (15.00-18.00)					
Tarde (18.00-20.00)					
Access prime time (20.00-21.00)					
Prime-time (21.00- 24.00)		1,5	0,1%		
Late Night (24.00-2.00)		1,5	0,1%		
Madrugada (2.00-7.00)		37	27,4%	13	43%
Total		137	100%	30	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Enero		8	4,4	0	0,8
Febrero		8	3	0	4
Marzo		8	5,9	0	0
Abril		8	5,9	0	0
Mayo		8	5,8	0	0
Junio		8	16,2	2	2,9
Julio		8	19,1	2	6,5
Agosto		8	17,6	2	3,3
Septiembre		8	13,3	2	6,6

Octubre	8	19,1	2	5,3
Noviembre	8	14,7	2	6,6
Diciembre	8	11,8	2	5,1
Media anual	11,4		41	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Informativos					
Culturales/Educativos		57	41,8%		
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		80	58,2%	24	57,6%
Ficción					
Deportes				17	43,4%
Infantil/Juvenil					
Otros					
Total		137	100%	41	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		32	23,0		
Mañana (9.00-13.00)		65	47,4	41	100%
Access sobremesa (13.00-15.00)					
Sobremesa (15.00-18.00)					
Tarde (18.00-20.00)					
Access prime time (20.00-21.00)					
Prime-time (21.00- 24.00)		1,5	1,1		
Late Night (24.00-2.00)		1,5	1,1		
Madrugada (2.00-7.00)		37	27,4		
Total		137	100%	41	100%

ANEXO 6: DATOS 13TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal	13TV	
Enero		75%	49,2%
Febrero		75%	46,3%
Marzo		75%	45,2%
Abril		75%	56,9%
Mayo		75%	60,6%
Junio		75%	51,8%

Julio	75%	56,7%
Agosto	75%	57,6%
Septiembre	75%	58%
Octubre	75%	55,6%
Noviembre	75%	60,9%
Diciembre	75%	64,7%
Media anual		55,3%

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	13TV	
		Horas	%
Informativos		945	21%
Culturales/Educativos		229	5,1%
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		27	0,6%
Ficción		3287	73,2%
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		4.488	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	13TV	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		46	1%
Mañana (9.00-13.00)		552	12,3%
Access sobremesa (13.00-15.00)		718	16%
Sobremesa (15.00-18.00)		769	17,1%
Tarde (18.00-20.00)		557	12,4%
Access prime time (20.00-21.00)		393	8,8%
Prime-time (21.00- 24.00)		786	17,5%
Late Night (24.00-2.00)		330	7,3%
Madrugada (2.00-7.00)		337	7,5%
Total		4.488	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes	Canal	13TV	
		Horas	%
Enero	8	6,1	
Febrero	8	6,4	
Marzo	8	11	
Abril	8	13	
Mayo	8	11,5	
Junio	8	9,8	

Julio	8	14,7
Agosto	8	16
Septiembre	8	8,6
Octubre	8	10,2
Noviembre	8	12,5
Diciembre	8	10,5
Media anual	10,9	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a género programático

Género	Canal	13TV	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		58	44,6%
Ficción		72	55,4%
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		130	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	13TV	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		6	4,5%
Mañana (9.00-13.00)		50	3,9%
Access sobremesa (13.00-15.00)		2	1,5%
Sobremesa (15.00-18.00)		5	3,6%
Tarde (18.00-20.00)		-	-
Access prime time (20.00-21.00)		2	1,2%
Prime-time (21.00- 24.00)		-	-
Late Night (24.00-2.00)		2	1,7%
Madrugada (2.00-7.00)		63	48,6%
Total		129,7	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal	13TV	
Enero	8	6,5	
Febrero	8	9,9	
Marzo	8	10,8	
Abril	8	9,1	

Mayo	8	11
Junio	8	9,8
Julio	8	12,7
Agosto	8	9,4
Septiembre	8	8,2
Octubre	8	9,8
Noviembre	8	9,5
Diciembre	8	10,5
Media anual	9,8	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	13TV	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos		57	48,8%
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		60	51,2%
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		117	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	13TV	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		6	5%
Mañana (9.00-13.00)		98	84,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)			
Sobremesa (15.00-18.00)			
Tarde (18.00-20.00)			
Access prime time (20.00-21.00)			
Prime-time (21.00- 24.00)			
Late Night (24.00-2.00)			
Madrugada (2.00-7.00)		13	10,8%
Total		117	100%

ANEXO 7: DATOS DKISS

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal	DKISS	
Enero		0%	10,6%
Febrero		0%	9,4%
Marzo		0%	7,7%
Abril		0%	14,5%
Mayo		25% ²⁷	18%
Junio		25%	31,1%
Julio		25%	47,4%
Agosto		25%	58,8%
Septiembre		25%	62,8%
Octubre		25%	59,3%
Noviembre		25%	66,7%
Diciembre		25%	54,8%
Media anual		36,8%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		2.748	100%
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		2.748	

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		302,7	11
Mañana (9.00-13.00)		494,9	18
Access sobremesa (13.00-15.00)		230,7	8,4
Sobremesa (15.00-18.00)		365,0	13,3
Tarde (18.00-20.00)		258,6	9,4
Access prime time (20.00-21.00)		86,3	3,1
Prime-time (21.00- 24.00)		128,7	4,7
Late Night (24.00-2.00)		95,1	3,5

²⁷ El canal DKiss empezó a emitir el 28 de abril de 2016.

Madrugada (2.00-7.00)	786,5	28,6
Total	2.748	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes	Canal	DKISS	
Enero		0	2,2
Febrero		0	3
Marzo		0	2,9
Abril		0	2,2
Mayo		2	4,4
Junio		2	6,6
Julio		2	5,8
Agosto		2	5,8
Septiembre		2	7,3
Octubre		2	5,8
Noviembre		2	6,6
Diciembre		2	8,8
Media anual		5,1	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		61,4	100%
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		61,4	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		48,2	78,4%
Mañana (9.00-13.00)		11,8	19,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)			
Sobremesa (15.00-18.00)			
Tarde (18.00-20.00)			
Access prime time (20.00-21.00)			
Prime-time (21.00- 24.00)			
Late Night (24.00-2.00)			

Madrugada (2.00-7.00)	1,5	2,4%
Total	61,4	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal	
	DKISS	
Enero	0	2,2
Febrero	0	3
Marzo	0	2,9
Abril	0	2,2
Mayo	2	4,4
Junio	2	6,6
Julio	2	5,8
Agosto	2	5,8
Septiembre	2	7,3
Octubre	2	5,8
Noviembre	2	6,6
Diciembre	2	8,8
Media anual	5,1	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	
	DKISS	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos		
Entretenimiento/Magacines/Actualidad	61,4	100%
Ficción		
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	61,4	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	
	DKISS	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	48,2	78,4%
Mañana (9.00-13.00)	11,8	19,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)		
Sobremesa (15.00-18.00)		
Tarde (18.00-20.00)		
Access prime time (20.00-21.00)		
Prime-time (21.00- 24.00)		
Late Night (24.00-2.00)		

Madrugada (2.00-7.00)	1,5	2,4%
Total	61,4	100%

ANEXO 8: DATOS REAL MADRID TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal REAL MADRID TV	
	Enero	25%
Febrero	25%	34,4%
Marzo	25%	34,9%
Abril	25%	40,1%
Mayo	45%	50,8%
Junio	45%	51%
Julio	45%	45,6%
Agosto	45%	59,2%
Septiembre	45%	55,1%
Octubre	45%	46,4%
Noviembre	45%	41,2%
Diciembre	45%	40,6%
Media anual	45%	

1.2 Porcentaje de subtítulos atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal REAL MADRID TV	
	Horas	%
Informativos	399	10,1%
Culturales/Educativos	414	10,5%
Entretenimiento/Magacines/Actualidad	2039	51,7%
Ficción	6	0,2%
Deportes	1086	27,5%
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	3.944	100%

1.3 Porcentaje de subtítulos atendiendo a franjas horarias

Género	Canal REAL MADRID TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	89	2,3%
Mañana (9.00-13.00)	651	16,5%
Access sobremesa (13.00-15.00)	506	12,8%
Sobremesa (15.00-18.00)	1090	27,6%
Tarde (18.00-20.00)	229	5,8%

Access prime time (20.00-21.00)	295	7,5%
Prime-time (21.00- 24.00)	498	12,6%
Late Night (24.00-2.00)	195	5%
Madrugada (2.00-7.00)	391	9,9%
Total	3.944	100

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes	Canal	
	REAL MADRID TV	
Enero	0,5	27
Febrero	0,5	24
Marzo	0,5	28
Abril	0,5	23
Mayo	1	24
Junio	1	16
Julio	1	19
Agosto	1	32
Septiembre	1	18
Octubre	1	11
Noviembre	1	16
Diciembre	1	16
Media anual	21,2	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	
	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos	225	88,5%
Entretenimiento/Magacines/Actualidad	29	11,5%
Ficción		
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	254	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	
	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	22	8,5%
Mañana (9.00-13.00)	1	0,5%
Access sobremesa (13.00-15.00)	12	4,8%
Sobremesa (15.00-18.00)		

Tarde (18.00-20.00)		
Access prime time (20.00-21.00)		
Prime-time (21.00- 24.00)	30	11,9%
Late Night (24.00-2.00)	2	0,6%
Madrugada (2.00-7.00)	187	73,8%
Total	254	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal REAL MADRID TV	
	Enero	0,5
Febrero	0,5	25
Marzo	0,5	28
Abril	0,5	23
Mayo	1	23
Junio	1	15
Julio	1	14
Agosto	1	15
Septiembre	1	16
Octubre	1	9
Noviembre	1	7
Diciembre	1	8
Media anual	17,6	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal REAL MADRID TV	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos	201	95,5%
Entretenimiento/Magacines/Actualidad	10	4,5%
Ficción		
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	211	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal REAL MADRID TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	20	9,6%
Mañana (9.00-13.00)		
Access sobremesa (13.00-15.00)		
Sobremesa (15.00-18.00)		

Tarde (18.00-20.00)		
Access prime time (20.00-21.00)		
Prime-time (21.00- 24.00)		
Late Night (24.00-2.00)		
Madrugada (2.00-7.00)	191	90,4%
Total	211	100%

ANEXO 9: DATOS TEN MEDIA

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal		TEN MEDIA	
Enero	0%		82%	
Febrero	0%		80,4%	
Marzo	0%		47,4%	
Abril	0%		24,6%	
Mayo	25% ²⁸		27,7%	
Junio	25%		20,5%	
Julio	25%		26,7%	
Agosto	25%		26,7%	
Septiembre	25%		26,6%	
Octubre	25%		10,5%	
Noviembre	25%		25,8%	
Diciembre	25%		35,8%	
Media anual			37,6%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal		TEN MEDIA	
			Horas	%
Informativos			40	1,5%
Culturales/Educativos			317	11,5%
Entretenimiento/Magacines/Actualidad			2.400	87%
Ficción				
Deportes				
Infantil/Juvenil				
Otros				
Total			2.757	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal		TEN MEDIA	
			Horas	%
Despertador (7.00-9.00)			72	2,6

²⁸ El canal Ten empezó a emitir el 28 de abril de 2016.

Mañana (9.00-13.00)	539	19,6
Access sobremesa (13.00-15.00)	273	9,9
Sobremesa (15.00-18.00)	575	20,9
Tarde (18.00-20.00)	283	10,3
Access prime time (20.00-21.00)	224	8,1
Prime-time (21.00- 24.00)	365	13,2
Late Night (24.00-2.00)	182	6,6
Madrugada (2.00-7.00)	244	8,9
Total	2.756	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes	Canal	TEN MEDIA	
Enero		0	14
Febrero		0	53
Marzo		0	57
Abril		0	15
Mayo		2	11
Junio		2	32
Julio		2	3
Agosto		2	21
Septiembre		2	32
Octubre		2	0
Noviembre		2	0
Diciembre		2	15
Media anual		21	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento/Magacines/Actualidad		253	100%
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		253	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)			
Mañana (9.00-13.00)		2	0,8%

Access sobremesa (13.00-15.00)	35	13,8%
Sobremesa (15.00-18.00)	171	70%
Tarde (18.00-20.00)	20	7,9%
Access prime time (20.00-21.00)	8	3,1%
Prime-time (21.00- 24.00)	13	5,1%
Late Night (24.00-2.00)	3	1,2%
Madrugada (2.00-7.00)	2	0,8%
Total	253	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal		TEN MEDIA
Enero	0	0	0
Febrero	0	0	0
Marzo	0	0	0
Abril	0	0	0
Mayo	2	0	0
Junio	2	0	0
Julio	2	0	0
Agosto	2	0	0
Septiembre	2	0	0
Octubre	2	0	0
Noviembre	2	0	0
Diciembre	2	0	0
Media anual			0

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento/Magacines/Actualidad			
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		0	0

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)			
Mañana (9.00-13.00)			

Access sobremesa (13.00-15.00)		
Sobremesa (15.00-18.00)		
Tarde (18.00-20.00)		
Access prime time (20.00-21.00)		
Prime-time (21.00- 24.00)		
Late Night (24.00-2.00)		
Madrugada (2.00-7.00)		
Total	0	0