



**INFORME SOBRE EL SEGUIMIENTO
DE LAS OBLIGACIONES IMPUESTAS
EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD
CORRESPONDIENTE AL AÑO 2018**

16 de julio de 2020

INF/DTSA/061/19

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 2018 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
 - 4.2.6 Calidad del servicio de subtitulado
 - 4.3 Audiodescripción
 - 4.3.1 Consideraciones generales
 - 4.3.2 Niveles de cumplimiento alcanzado en el ejercicio 2018 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
 - 4.3.6 Calidad de la audiodescripción
 - 4.4 Lengua de signos
 - 4.4.1 Consideraciones generales
 - 4.4.2 Niveles de cumplimiento alcanzado en el ejercicio 2018 en materia de lengua de signos
 - 4.4.3 Distribución de la lengua de signos en función de los géneros programáticos

- 4.4.4 Distribución de la lengua de signos en función de las franjas horarias
- 4.4.5 Señalización de la lengua de signos
- 4.4.6 Calidad 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 (2018)

INF/DTSA/061/19

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 16 de julio de 2020

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 2018.

1. Introducción

La accesibilidad universal a los servicios de comunicación audiovisual es un derecho indispensable para que las personas con diversidad funcional puedan acceder a contenidos audiovisuales 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, modificada por la Directiva 2018/1808, de 14 de noviembre de 2018 (en adelante, Directiva Audiovisual). En su Considerando 46 se establece expresamente *“el derecho de las personas con discapacidad y de las personas de edad avanzada a participar e integrarse en la vida social y cultural de la Unión está vinculado indisolublemente a la prestación de unos servicios de comunicación audiovisual accesibles. La accesibilidad de los servicios de comunicación audiovisual incluye, sin limitarse a ellos, aspectos como el lenguaje de signos, el subtítulado, la descripción acústica y menús de pantalla fácilmente comprensibles”*.

A tal fin, el artículo 7 de la Directiva de 2010 determinó que los Estados miembros debían alentar a los servicios de comunicación audiovisual bajo su jurisdicción a garantizar que sus servicios fueran gradualmente accesibles a las personas con discapacidad visual o auditiva.

En consonancia con esta Directiva, España aprobó la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA), marcando un hito fundamental en la apertura de la televisión a las personas con discapacidad. 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, se fijaron determinadas previsiones en materia de fomento y normalización de la presencia de las personas con discapacidad.

Sin embargo, desde 2010 el mercado audiovisual ha sufrido una transformación sin precedentes como consecuencia de la rápida evolución tecnológica, la aparición de nuevos modelos de negocio y los cambios en las pautas de visionado y de consumo de productos audiovisuales. En concreto, cabe destacar el auge de los servicios lineales de pago, de los servicios de vídeo bajo demanda y la relevancia adquirida por prestadores establecidos en otros Estados miembros que ofrecen servicios en España.

Consecuencia de todo ello, en la actualidad nos encontramos inmersos en una etapa de revisión normativa. La modificación de 2018 de la Directiva Audiovisual exige que los Estados miembros garanticen que los prestadores de servicios sujetos a su jurisdicción fomenten activamente la accesibilidad de sus contenidos a las personas con discapacidad. Esta mejora debe ser continua y progresiva. Incluso los países con requisitos avanzados de accesibilidad, como es el caso español, deben seguir avanzando en esta línea para garantizar el derecho de acceso a los contenidos audiovisuales.

Por tanto, el marco legislativo audiovisual nacional deberá adaptarse próximamente a estas nuevas previsiones, dando lugar a mejoras en relación con la accesibilidad de los servicios de comunicación audiovisual para las personas con discapacidad. Teniendo en cuenta lo anterior, este es el último informe que elabora la CNMC con el enfoque que se ha seguido hasta este momento, es decir, orientado exclusivamente hacia los prestadores de servicios lineales en abierto.

En el futuro, en paralelo con la consolidación de los importantes cambios que se han producido en los hábitos de consumo de productos audiovisuales por parte de las personas con discapacidad y a medida que se vayan concretando los citados cambios legislativos, por parte de la CNMC se analizarán, en la medida en que lo permitan los recursos de que dispone esta Comisión, y adicionalmente al seguimiento del cumplimiento de las obligaciones que recaen sobre los servicios lineales en abierto, otros ámbitos que se encuentran incluidos en la DCSA y que van más allá de lo dispuesto en la vigente LGCA, como son la

accesibilidad en los servicios lineales de pago, en los servicios a petición, y también de los servicios ofrecidos por parte de aquéllos prestadores que por estar establecidos en otros Estados miembros no se sujetan al marco regulatorio español. En relación con estos últimos, en donde encontramos a algunos de los principales prestadores de servicios de vídeo bajo demanda presentes en el mercado español, y una vez concretado el marco regulatorio aplicable por parte del legislador nacional, habrá que analizar hasta qué punto ofrecen un subtítulo que cumpla con los criterios exigidos en materia de accesibilidad, si cuentan con contenidos audiodescritos, y también si ofrecen lengua de signos y en caso afirmativo si se utiliza la versión española de la misma.

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.”*

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 análisis se ha efectuado sobre el volumen total de la programación emitida por el conjunto de 26 canales que prestan servicios de comunicación audiovisual televisiva en abierto y con cobertura estatal, lo que representa alrededor de 190.000 horas analizadas.

Para poder efectuar un correcto análisis y supervisión del grado de 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 Subtítulo y la Audiodescripción (en adelante, CESyA)¹. Por su parte, la

¹ 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.

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.

A este respecto cabe indicar que, el contrato administrativo firmado con el CESyA para el seguimiento del cumplimiento de estas obligaciones, finalizó en el mes de noviembre de 2018, por lo que solo se disponen datos de esa entidad respecto a los meses de enero a octubre del ejercicio analizado. Para el resto del año únicamente se cuenta con los datos presentados por los operadores.

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%² o 90%³) 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.

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.

² Se aplica a aquellos canales privados que prestan servicio de televisión en abierto y con cobertura estatal.

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

El detalle de los datos utilizados a los efectos del presente análisis se encuentra anexado 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 del medio que se emplee para posibilitar la accesibilidad del servicio (subtitulado, audiodescripción y lengua de signos) y según la naturaleza del operador oferente (canales privados o de carácter público).

Los canales de servicio público tienen la obligación de subtitular 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 emitida⁴.

Por su parte, los canales privados que emiten en abierto han de subtitular, 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 semanales del total de contenido emitido, aplicándose los mismos parámetros para la lengua de signos⁵.

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 calendario⁶:

Tabla 1. Niveles de cumplimiento de accesibilidad en periodo transitorio

Criterio de accesibilidad	1er año	2º año	3er año	4º año
Porcentaje subtitulado	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

Fuente: LGCA

En el año 2018, periodo objeto de supervisión en el presente informe, la mayor parte de los canales analizados debían cumplir con los parámetros máximos exigidos por la LGCA, si bien aún existen siete cadenas que continúan estando en periodos transitorios de cumplimiento. La siguiente tabla muestra la fecha de inicio de emisión y nivel exigido a cada una de estos canales durante el ejercicio 2018.

⁴ Disposición transitoria quinta de la LGCA.

⁵ Artículo 8.3 y 8.4 de la LGCA.

⁶ Este plazo comenzará a contabilizarse a partir del día en el que el canal de nueva creación comience su emisión.

Tabla 2. Canales TDT que se encuentran en periodo transitorio

PRESTADOR AUDIOVISUAL	INICIO EMISION	NIVEL DE OBLIGACIONES EN 2018		
		INICIO SERVICIO	SUBTITULADO	AD Y LS
ATRESMEDIA				
Mega	01/07/15	Hasta 1/07/18	45%	1h
		Desde 01/07/18	65%	1,5h
A3S	22/12/15	Hasta 22/12/18	45%	1h
		Desde 22/12/18	65%	1,5h
MEDIASET				
Be Mad	21/04/16	Hasta 21/04/18	25%	0,5h
		Desde 21/04/18	45%	1h
VEO TV				
Gol	01/06/16	Hasta 01/06/18	25%	0,5h
		Desde 01/06/18	45%	1h
DKISS				
DKiss	28/04/16	Hasta 28/04/18	25%	0,5h
		Desde 28/04/18	45%	1h
REAL MADRID				
Real Madrid TV	28/04/16	Hasta 28/04/18	25%	0,5h
		Desde 28/04/18	45%	1h
TEN MEDIA				
Ten	28/04/16	Hasta 28/04/18	25%	0,5h
		Desde 28/04/18	45%	1h

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Sujetos obligados

De conformidad con lo establecido en el artículo 8 de la LGCA, el deber de garantizar el derecho de acceso a los medios audiovisuales de las personas con discapacidad recae en exclusiva sobre aquellos prestadores de carácter público o privado que cumplen 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. (DKiss)
- Real Madrid TV
- Central Broadcaster Media (Ten Media)

Teniendo en cuenta las previsiones contenidas en la LGCA, las exigencias de accesibilidad tan solo son aplicables a los canales del servicio lineal de televisión en abierto, es decir, cuando se emiten a través de la TDT, no afectando a la emisión de estos mismos contenidos en la modalidad de pago o a su comercialización a través de catálogos en la modalidad de vídeo bajo demanda. Es por ello que, cuando estos contenidos accesibles son vistos a través de las páginas web de los referidos operadores, queda a voluntad de estos últimos la inclusión o no de los servicios de accesibilidad.

En la actualidad, la inserción de las distintas medidas de accesibilidad en los contenidos online de los prestadores obligados es muy residual y difiere en virtud del tipo de servicio. Seguidamente se informa sobre la accesibilidad en contenidos que los prestadores de TDT ofrecen al margen de la emisión en abierto, esto es, online, a través de Internet. No se ofrecen datos de los prestadores de servicios lineales de pago o de servicios a petición, por haberse centrado el análisis del presente informe en los prestadores de TDT

En materia de subtítulo, la CRTVE y el grupo Atresmedia, son los únicos prestadores que declaran tener disponible contenido subtítulo disponible en su web. En ambos casos, el número de horas subtítulo disponibles de forma online ha ido creciendo a lo largo de los últimos años habiendo alcanzado la cifra de 5.567 horas en el caso de la CRTVE y 16.000 horas en el caso de Atresmedia.

En relación con la audiodescripción, en el ejercicio 2018 el ente público comenzó a incorporar este servicio como funcionalidad en sus servicios interactivos de la CRTVE, alcanzando al final del año un total de 472 horas audiodescritas. El resto de prestadores no disponen de este servicio 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 subtítulo o en la audiodescripción), resulta accesible de forma análoga a la emisión TDT.

Tabla 3. *Servicios de accesibilidad incorporados en los contenidos online*

Prestadores		Subtítulo	Audiodescripción	Lengua de Signos
CRTVE		5.567 horas	472 horas	Análogos a la emisión TDT
ATRESMEDIA		16.000 horas	No	Análogos a la emisión TDT
MEDIASET			No	
NET TV	Paramount Disney	No	No	Análogos a la emisión TDT
VEO TV			No ⁷	
13 TV		No	No	Análogos a la

⁷ En el Informe 2017 la entidad Veo TV declaró estar incluyendo en su página web el servicio de subtítulo en los mismos contenidos que en su programación televisiva. Sin embargo, en este ejercicio indica no disponer de este servicio en su web.

			emisión TDT
RADIO BLANCA	No		
REAL MADRID	No	No	Análogos a la emisión TDT
TEN MEDIA	No		

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Respecto a la inclusión de medidas de accesibilidad en los canales TDT visionados a través de las plataformas de pago, no se ha detectado ningún cambio significativo. Pese a que la mayor parte de los prestadores de TDT manifiestan estar incluyendo estos servicios en la señal que ceden a las plataformas audiovisuales (ver tabla 4), son estas plataformas las que siguen optando por su no inclusión de forma generalizada.

Tabla 4. *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	Incluida
VEO TV	Incluida	Incluida	Incluida
13 TV	No incluida	Incluida	Incluida
RADIO BLANCA	Incluida	Incluida	Incluida
REAL MADRID	No incluida	Incluida	Incluida
TEN MEDIA	Incluida	Incluida	Incluida

Fuente: Datos aportados por los prestadores de TDT

En informes anteriores esta Comisión ha venido abogando por la necesidad de revisar estas distorsiones, así como la importancia de extender el ámbito subjetivo asociado a las obligaciones en materia de accesibilidad, con el objetivo de eliminar la asimetría regulatoria que actualmente reside en nuestra normativa.

En el mercado audiovisual actual, inmerso en un continuo proceso de transformación, coexisten prestadores de servicios tradicionales 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.

Precisamente, uno de los principales objetivos que busca la nueva Directiva Audiovisual es la armonización de determinadas reglas aplicables a servicios lineales y servicios a petición, con lo cual, es previsible que en el proceso de transposición de la nueva LGCA se introduzcan medidas regulatorias para los prestadores lineales de pago y para los prestadores de servicios de vídeo bajo demanda, en consonancia con lo que ha venido reclamando esta Comisión.

4.2 Subtitulado

4.2.1 Consideraciones generales

La subtitulación 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.

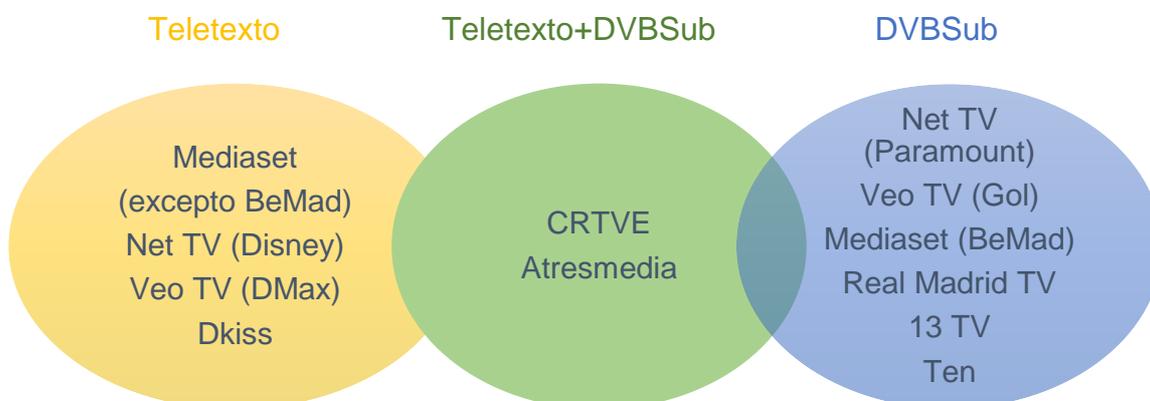
De conformidad con lo dispuesto en la LGCA, los operadores privados con cobertura estatal que emitan en abierto tienen la obligación de subtitular, como mínimo, el 75% de su programación, aumentando esta exigencia hasta el 90% en el caso de los operadores públicos.

El servicio de subtitulado se inserta en la señal de la televisión, a decisión del prestador, 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 Broadcasting). 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).

La siguiente gráfica muestra el tipo de tecnología que vienen utilizando los prestadores de servicios.

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



Fuente: CESyA

La mayor parte de cadenas opta por una tecnología concreta. Sin embargo, Atresmedia tiene disponible para sus usuarios ambas opciones en todas sus cadenas. En el caso de CRTVE, las cadenas con definición estándar incorporan los subtítulos a través del Teletexto y, las cadenas de alta definición, a través de DVB.

4.2.2 Niveles de cumplimiento alcanzado en el ejercicio 2018

Los datos recopilados en 2018, respecto al volumen de subtulado, reflejan una continuidad en la tendencia positiva que se ha venido advirtiendo en los últimos años. En concreto, en el ejercicio analizado se subtitularon un total de 164.143 horas, en torno al 86% del total de la programación emitida, y un incremento del 7% respecto al año 2017.

La tabla 5 aglutina los porcentajes medios de subtulado obtenidos por las cadenas en 2018, así como en años anteriores, junto con el porcentaje mínimo establecido para cada una de ellas, en función de la fecha de inicio de la emisión.

Tabla 5. Evolución del porcentaje medio de subtulado por canal en el periodo 2014-2018

CANAL	OBLIGACIÓN 2018	2014	2015	2016	2017	2018
CANALES PÚBLICOS						
CRTVE						
La1	90%	79,4%	80,6%	86,2%	92,8%	92,2%
La2	90%	75,8%	79,1%	79,5%	92,8%	93,4%
Clan TV	90%	98,1%	95,5%	91,3%	99,4%	99,3%
Canal 24h	90%	77,5%	77,2%	82%	91,1%	94,1%
TDP	90%	88,4%	91,4%	93%	92,6%	92,8%
Media Global		83,8%	84,8%	86,4%	93,7%	94,36%
CANALES PRIVADOS						
ATRESMEDIA						
Antena 3	75%	70,9%	72,7%	75,9%	78,6%	93,5%

Sexta	75%		66,6%	70,9%	73%	75,5%	90,4%
Neox	75%		76,7%	78,3%	83,7%	79,6%	90,4%
Nova	75%		73,8%	76,7%	76,6%	76%	89,2%
Mega	45%	65%	-	87,9%	92,2%	91,6%	95,8%
A3S	45%	65%	-	94,6%	94,4%	92,8%	96%
Media Global			72%	80,2%	82,6%	82,4%	92,5%
MEDIASET							
Tele 5	75%		75,4%	82,1%	85,5%	90,3%	87,3%
Cuatro	75%		76,1%	75,4%	78,2%	83,1%	86%
FDF	75%		76,9%	88,1%	75,9%	86,6%	87,8%
Boing	75%		81,2%	77,7%	87,2%	79,6%	81,1%
Divinity	75%		81,6%	79,2%	78,7%	87,2%	78,1%
Energy	75%		83,2%	82,9%	83,2%	90,1%	89,1%
Be Mad	25%	45%	-	-	65,3%	79%	83,5%
Media Global			79,1%	80,9%	79,1%	85,3%	84,7%
NET TV							
Disney	75%		77,6%	90,1%	94,5%	92,3%	90,5%
Paramount	75%		43,2%	63,1%	79%	84,6%	73,8%
Media Global			60,4%	76,6%	86,8%	88,5%	87,3%
VEO TV							
Dmax	75%		0%	37%	69,6%	69,1%	79,9%
Gol	25%	45%	-	-	-	23%	36,5%
Media Global			0%	37%	70%	46,1%	58,2%
13 TV							
13TV	75%		0%	3,7%	41,8%	55,3%	76,7%
REAL MADRID							
Real Madrid TV	25%	45%	-	-	23,7%	45%	67,5%
TEN MEDIA							
Ten	25%	45%	-	-	58,9%	37,6%	29%
RADIO BLANCA							
DKiss	25%	45%	-	-	32,5%	36,8%	49,1%

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

En 2018, los canales públicos continuaron aumentando su nivel de subtítulos hasta obtener una media global superior al 94%. En particular, cabe reseñar que la programación emitida a través de Clan TV alcanzó la cifra del 99,3%, configurándose así, por segundo año consecutivo, como la cadena con mayor índice de subtítulos.

Como complemento de lo anterior interesa mencionar que, atendiendo a su función de prestador de servicio público, la CRTVE subtítulos a través de sus canales internacionales de Europa, Asia y América un total de 24.291 horas.

Respecto a los prestadores privados, destacar los resultados obtenidos tanto por el grupo Atresmedia como por Veo TV, cuyo conjunto de cadenas aumentó en más de un 10% el número de horas subtítulos respecto al ejercicio anterior.

Por el contrario, las cadenas Paramount y Ten, no llegaron a alcanzar los niveles mínimos que les son exigibles conforme a la normativa audiovisual. Estos incumplimientos derivan de discrepancias en relación con el cómputo de tiempo sobre el que calcular los porcentajes de subtítulos.

En este sentido cabe indicar que, en la labor de control efectuada por esta CNMC, se detectaron diferencias respecto de los datos aportados por varias cadenas: Paramount, Ten, Energy y Divinity, los cuales resultaban superiores a los monitorizados por el CESyA⁸.

Tras efectuar el oportuno análisis se pudo comprobar que, en todas ellas, las divergencias advertidas se debían a la eliminación, en el cómputo de tiempo analizado, de los programas de teletienda.

Sobre esta cuestión ya tuvo la oportunidad de pronunciarse la Sala de Supervisión Regulatoria en su Resolución de fecha 5 de abril de 2017. A este respecto, 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 ininterrumpida 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”*.

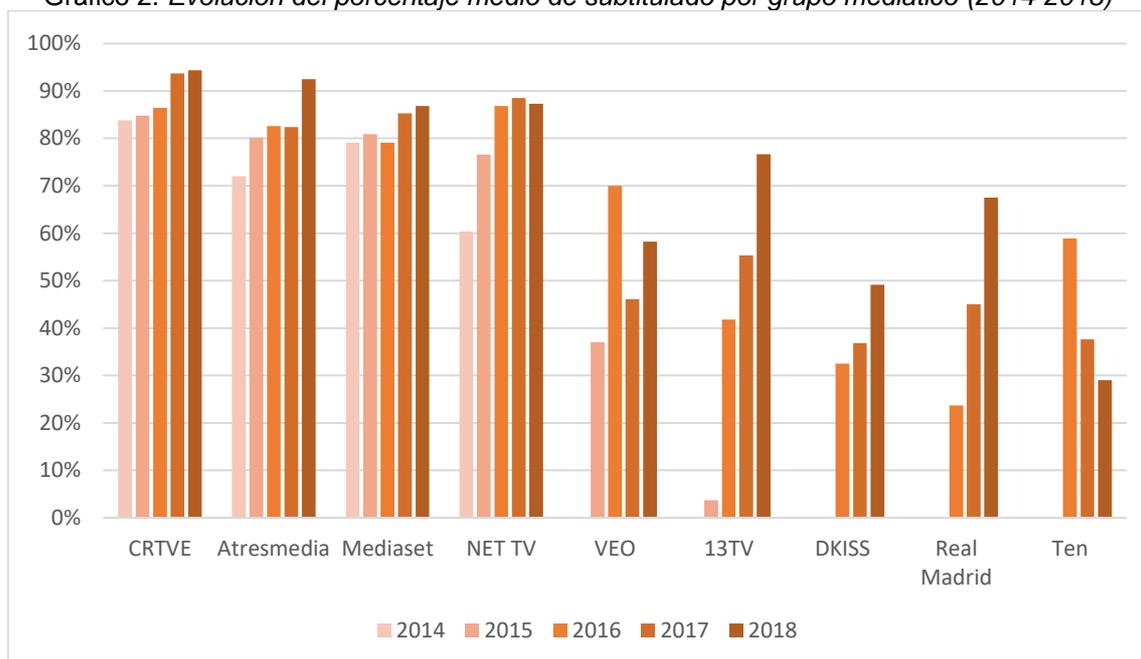
En base a lo anterior, esta Comisión ha tomado como referencia para su análisis los datos aportados por el CESyA. Esta modificación de los datos sitúa a los canales Paramount y Ten, por debajo de los límites de cumplimiento exigidos por la LGCA, no afectando de igual manera a Energy y Divinity, cadenas que siguieron estando en niveles óptimos de cumplimiento.

Respecto a los canales que no alcanzan los niveles exigidos, indicar que Paramount situó su media anual en casi el 74%, cifra muy cercana al 75% que le es requerido. En el caso de Ten, prestador que se encuentra aún en periodo transitorio de cumplimiento, se observa una falta de incremento suficiente en su nivel de subtítulo a partir de mayo, mes en el que el nivel de inserción del subtítulo debió aumentarse hasta el 45%.

Si atendemos ahora a la evolución del volumen de subtítulo por los diferentes grupos mediáticos, podemos observar de forma clara la tendencia alcista que ha caracterizado los resultados de subtítulo en el periodo comprendido entre los años 2014 y 2018.

⁸ En esta labor de control también se detectaron discrepancias entre los datos aportados por las cadenas Telecinco y FDF y el CESyA, si bien estas se debieron a una diferencia de criterio en la forma de computar el porcentaje del programa musical “Miramúsica”. La CNMC no ha establecido criterios respecto a la forma de computar programas con estas características, con lo cual, de cara al presente informe, se han tenido en cuenta los datos aportados por Mediaset.

Gráfico 2. Evolución del porcentaje medio de subtulado por grupo mediático (2014-2018)



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Como complemento de este análisis cuantitativo, esta Comisión ha considerado relevante solicitar información en relación con la incidencia de las medidas de accesibilidad en la programación en diferido frente a la programación en directo, atendiendo al mayor coste y la mayor dificultad técnica que representa esta última.

En lo que respecta al subtulado, en 2018 este servicio se insertó en un total de 164.143 horas, de las cuales, el 78,7% estaban contenidas en programas grabados.

En este aspecto destaca la CRTVE por ser el prestador que emitió un mayor número de horas subtuladas en programas en directo, un total de 18.648, cifra que representa un 46,4% del conjunto de horas subtuladas por el prestador público. Esta cifra tan elevada se debe, en gran medida, a que la CRTVE subtitula un gran número de programas informativos en sus cadenas generalistas, así como en 24 horas. Es importante poner de relieve el esfuerzo económico que supone a la entidad pública efectuar este alto número de horas subtuladas en directo, ya que el coste que implica prestar este tipo de subtulado es significativamente superior al que representa el subtulado en programas grabados.

Tabla 6. Horas subtulada en programas en directo y grabados. 2018

SUBTITULADO	DIRECTO		GRABADO		TOTAL
	Horas	%	Horas	%	
CRTVE	18.648	46,4%	21.565	53,6%	40.213
ATRESMEDIA	6.035	14,3%	36.092	85,7%	42.127
MEDIASET	5.501	12,9%	37.124	87,1%	42.625
NET TV	0	-	12.205	100%	12.205

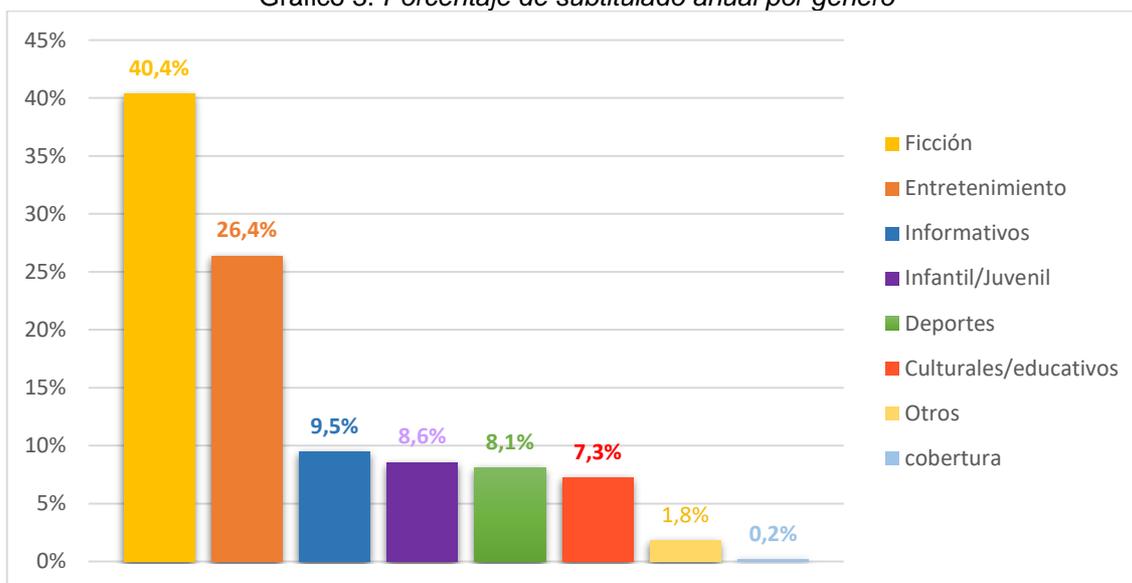
VEO TV	2.372	28,3%	6.013	71,7%	8.385
13TV	224	3,6%	6.042	96,4%	6.266
REAL MADRID TV	2.166	36,6%	3.751	63,4%	5.917
TEN MEDIA	0	-	2.773	100%	2.773
RADIO BLANCA	0	-	3.632	100%	3.632
TOTAL HORAS	34.946	21,3%	129.197	78,7%	164.143

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.2.3 Distribución del subtulado en función de los géneros programáticos

Los datos obtenidos en 2018 sobre la distribución de los géneros programáticos muestran un comportamiento similar a los obtenidos en ejercicios anteriores. La ficción continúa siendo el género con mayor nivel de subtitulación, superando el 40% del total de horas, seguido del entretenimiento con casi un 26%.

Gráfico 3. Porcentaje de subtulado anual por género



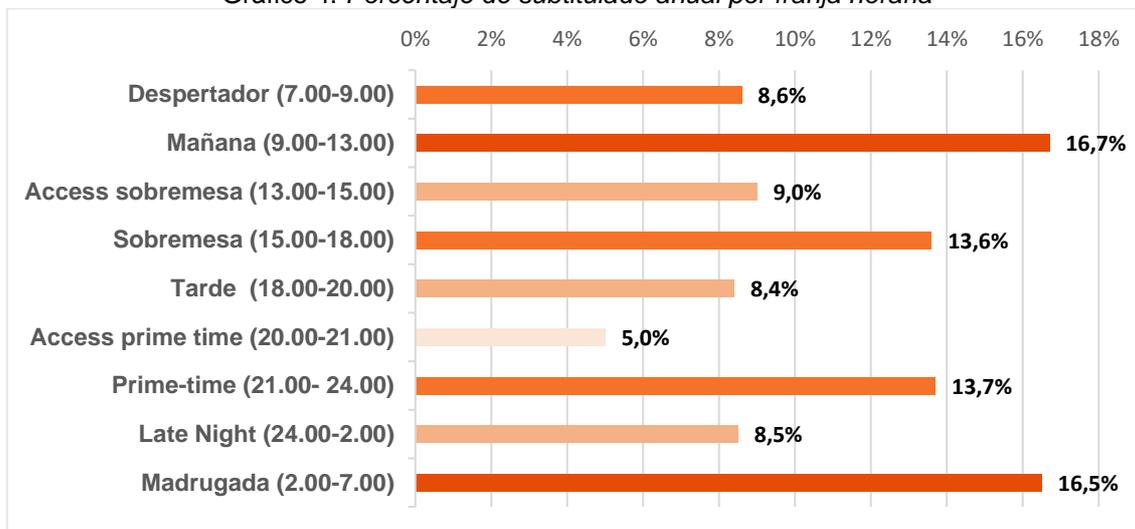
Fuente: CNMC

Por el contrario, la cultura sigue siendo el género que obtiene el peor resultado en subtitulación. La 2 es, con diferencia, fue la cadena que más horas de programación cultural subtuló. En concreto, en 2018 la citada cadena subtituló 5.240 horas, lo que supone el 66,4% del total, a este género programático.

4.2.4 Distribución del subtulado en función de las franjas horarias

En 2018 el subtulado se distribuyó de forma más o menos equilibrada por todas las franjas horarias, destacando la mañana y la madrugada, donde se concentran un mayor número de horas, seguido de cerca por la sobremesa y el prime-time.

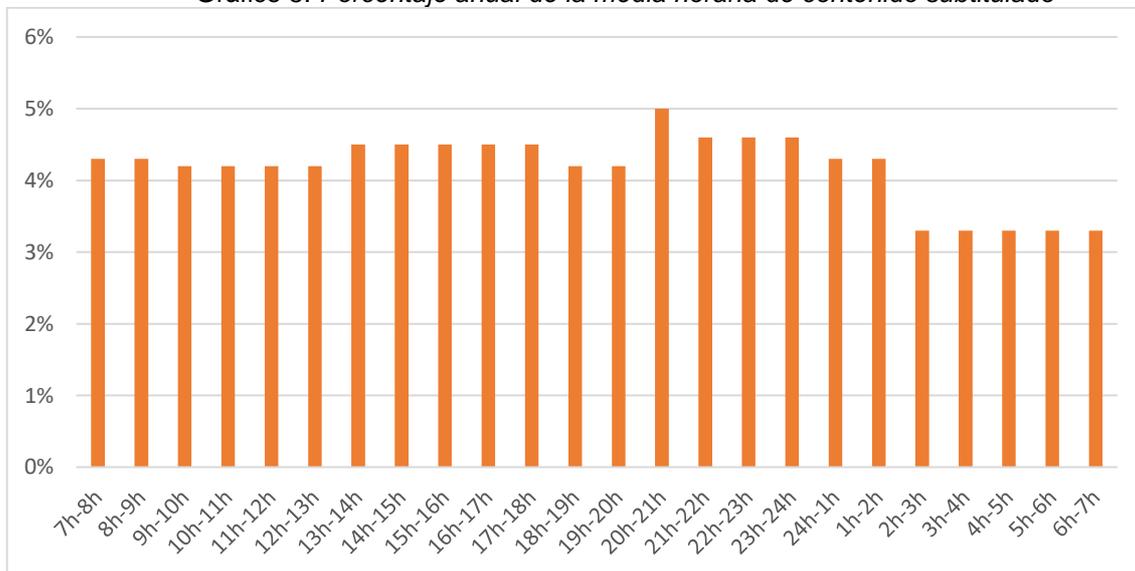
Gráfico 4. Porcentaje de subtítulo anual por franja horaria



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Este equilibrio resulta incluso más notorio si, de forma complementaria al modo de reflejar los datos efectuado en los últimos informes (gráfico 4), representamos estas mismas cifras atendiendo a la media horaria (gráfico 5).

Gráfico 5. Porcentaje anual de la media horaria de contenido subtulado



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.2.5 Señalización del subtulado

Otra esfera que resulta esencial para que las personas con discapacidad puedan disfrutar de contenidos televisivos, es la existencia de una señalización eficaz que informe a los usuarios sobre la presencia de medidas de accesibilidad en la programación. Esta señalización se debe efectuar tanto en la pantalla, como en las guías electrónicas de programas (en adelante, EPGs).

Respecto al primero de estos ámbitos, la señalización en pantalla, cabe reseñar que prácticamente todos los canales con obligación de subtitular insertaron durante 2018 señalización para informar sobre la disponibilidad del servicio de subtitulado al inicio de los programas y, en su mayoría, también a la vuelta de cada pausa publicitaria.

En cuanto a la forma de señalar, nos seguimos encontrando con diferencias en los pictogramas utilizados por cada uno de los operadores, pero también respecto al tamaño, color, ubicación y duración en pantalla del citado indicador visual.

Tabla 7. Señalización del servicio de subtitulado

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 (inicio de programa y vuelta de publicidad)
NET TV	Paramount		Margen superior derecho	6 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
	Disney		Margen inferior izquierdo	10 segundos (inicio programa y vuelta de publicidad)
VEO TV	DMax	No		
	Gol TV		Margen superior derecho	7 segundos
13 TV			Margen superior izquierdo	9 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 (inicio de programa y vuelta de publicidad)
TEN MEDIA		S	No se indica	8 segundos

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

En relación con el segundo de los ámbitos descritos, la señalización en las EPGs, los apartados 3 y 6 del artículo 6 de la LGCA disponen que los prestadores de servicios tienen la obligación de garantizar que, aquella información sobre

contenidos audiovisuales contenida en las EPGs, debe ser accesible a las personas con discapacidad.

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”*.

A diferencia de lo que sucede con las obligaciones de accesibilidad contempladas en los apartados 2 y 3 del artículo 8, las obligaciones del artículo 6 de la LGCA, sobre el derecho del público a una comunicación audiovisual transparente, consistentes en informar con antelación sobre la programación televisiva, afectan a todos los prestadores de servicios lineales, tanto con canales en abierto como de pago. Sin perjuicio de lo anterior, no se ofrecen datos de los prestadores de servicios lineales de pago, por haberse centrado el análisis del presente informe en los prestadores de TDT. Como se ha señalado anteriormente, este es el último informe que se realiza con este formato, por lo que en el futuro se tendrá en cuenta a prestadores hasta ahora no contemplados, a medida que se consolida su relevancia por su consumo por parte de las personas con discapacidad.

Consultados los prestadores audiovisuales de TDT al respecto, únicamente el grupo Atresmedia manifiesta estar incluyendo desde 2018 esta información en la plataforma de Cellnex (proveedor encargado de la generación de las EPGs). CRTVE y Veo TV, aseguran que esta información será incluida a lo largo del 2019.

Algunos operadores indican que están añadiendo una referencia a los servicios de accesibilidad en la sinopsis del programa, tras el título del contenido, para paliar esta deficiencia.

Tabla 8. Señalización del servicio de subtítulo en las EPGs

SUBTITULADO	SI	NO	INFORMACIÓN ADICIONAL
CRTVE		✓	La información se incluirá en 2019
ATRESMEDIA	✓		
MEDIASET		✓	La información está disponible en la web
NET TV		✓	
VEO TV		✓	La información se incluirá en 2019
13TV		✓	La información se incluye en la sinopsis
REAL MADRID TV		✓	La información se incluirá próximamente
TEN MEDIA		✓	La información se incluye en la sinopsis
DKISS		✓	

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

A este respecto cabe poner de relieve que, a pesar de los esfuerzos que puedan realizar los prestadores para cumplir 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.

4.2.6 Calidad en el servicio de subtítulo

En relación con la calidad del servicio de subtítulo, 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 subtítulo, 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, en mayo de 2015 se creó por el CESyA un grupo de trabajo denominado "Indicadores de calidad de los servicios del subtítulo y la audiodescripción en la televisión", en el que participan, además de la CNMC, el Real Patronato de Discapacidad, el Ministerio

de Asuntos Económicos y Transformación Digital⁹, OADIS¹⁰ (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.

Consultados los prestadores de servicios audiovisuales en relación con los sistemas de control de calidad de los que hacen uso, todos ellos manifiestan tener implementadas, bien de forma interna o a través de proveedores externos, medidas de control que aseguren el cumplimiento de la normativa técnica.

Respecto a la subtitulación en programación grabada, la mayor parte de los operadores afirman hacer controles de calidad de forma previa a su emisión. Para la programación en directo, el control de calidad del subtítulo se efectúa a posteriori, a través de un análisis de calidad basado en el modelo NER¹¹.

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, esta puede efectuarse 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.

⁹ Anteriormente MINECO y MINETAD

¹⁰ Dependiente del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

¹¹ El sistema NER determina la precisión de la calidad del subtítulo en directo mediante la técnica del rehablado o guionizado más rehablado.

- A través de canales de audio adicionales. En este caso la mezcla de flujos de audio se efectúa por el decodificador TDT al recibir la señal. Estos canales se dedican en exclusiva a este servicio.

En la actualidad todos los operadores manifiestan estar prestando el servicio de audiodescripción a través de canales adicionales de audio, en concreto, entre el tercer y séptimo canal¹².

4.3.2 Niveles de cumplimiento alcanzado

El análisis de las obligaciones cuantitativas ligadas a la prestación del servicio de audiodescripción en el ejercicio 2018 refleja un ascenso significativo respecto del total de horas audiodescritas. Durante el ejercicio analizado se audiodescribieron 9.161 horas, lo que supone un incremento superior al 13% respecto al 2017, año en el que se audiodescribieron cerca de 7.900 horas.

Tabla 9. Evolución de la media de horas mensuales audiodescritas por canal en el periodo 2014-2018

CANAL	OBLIGACIÓN HORAS/MES 2017	2014	2015	2016	2017	2018
CANALES PÚBLICOS						
La1	40h	6,4	52,5	70,4	89,8	98,7
La2	40h	6,3	29,5	105,3	74,1	83,8
Clan TV	40h	0,5	54,4	103,9	101,4	126,6
Canal 24h	40h	0	0	0,4	0	0
TDP	40h	0	0	0	0	0
Media Global		2,6	27,3	56	53,1	61,8
CANALES PRIVADOS						
ATRESMEDIA						
Antena 3	8h	17,3	18,2	25,4	15,2	12,4
Sexta	8h	17,7	21,3	18,8	12,2	12,6
Neox	8h	35	37,4	47,5	33,4	49,8
Nova	8h	10,2	10,6	14,9	17,2	31,4
Mega	4h 6h	-	11,7	11,2	11,3	12,9
A3S	4h 6h	-	6,3	21,6	27,6	38
Media Global		20	17,6	23,2	19,5	26,2
MEDIASET						
Tele 5	8h	10,5	9,1	9,3	9,7	9,6
Cuatro	8h	131,2	120,5	16,1	66,2	78,4
FDF	8h	14,7	18,3	95,8	38,4	44,7
Boing	8h	9,8	10,5	16	11	11,1
Divinity	8h	15,3	17,3	12,8	11,3	12,2
Energy	8h	34,1	29,9	19,6	16,8	18,6
Be Mad	2h 4h	-	-	7,1	7,1	14,9

¹² Detalle de los canales utilizados por los operadores para prestar el servicio de audiodescripción:

CRTVE	Sin especificar	Vevo TV	Canal 7
Atresmedia	Canales 5 y 6	DKiss	Canal 3
Mediaset	Canal 3	Real Madrid TV	Canal 3
Net TV	Canales 3,4 y 5	Ten	Canal 3

Media Global			35,9	34,3	28,3	22,9	27
NET TV							
Disney	8h		45,2	110,7	38,5	34	29,2
Paramount	8h		3	5,3	10,3	9,9	9
Media Global			24,1	58	24,4	21,9	19,1
VEO TV							
Dmax	8h		0,2	3,2	0	11,4	17,2
Gol	2h	4h	-	-	1,5	2,5	4,9
Media Global			0,2	3,2	0	11,4	11,1
13 TV							
13TV	8h		0	0	2,7	10,9	10,1
REAL MADRID							
Real Madrid TV	2h	4h	-	-	3,3	21,2	21,3
TEN MEDIA							
Ten	2h	4h	-	-	16	21	0,08
RADIO BLANCA							
DKiss	2h	4h	-	-	0,4	5,1	0

Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Respecto a los canales públicos, La1, La2 y Clan TV, aumentaron las horas de audiodescripción de una forma significativa, llegando a duplicar e incluso a triplicar, en el caso de Clan TV, las horas exigidas por la normativa. Las cadenas 24h y TDP continuaron sin presentar este servicio, por considerar que los contenidos que se emiten en esas cadenas temáticas no son susceptibles de ser audiodescritos.

A tenor de los datos obtenidos, cabe reseñar que casi la totalidad de los prestadores privados con obligación de audiodescribir alcanzaron los límites exigidos por la normativa audiovisual, con excepción de Ten y Dkiss.

Respecto a Ten, reseñar que esta cadena ha pasado de registrar una media de 21 horas mensuales en 2017, a audiodescribir tan sólo una hora en toda la programación emitida en 2018. La cadena no justifica el motivo de esta reducción.

En el caso de Dkiss, el análisis efectuado resulta más complejo. Mientras que la cadena afirma haber audiodescrito una media de 9 horas mensuales, con lo cual cumpliría sobradamente con su obligación, los datos registrados por el CESyA no reflejaban la existencia de programación audiodescrita.

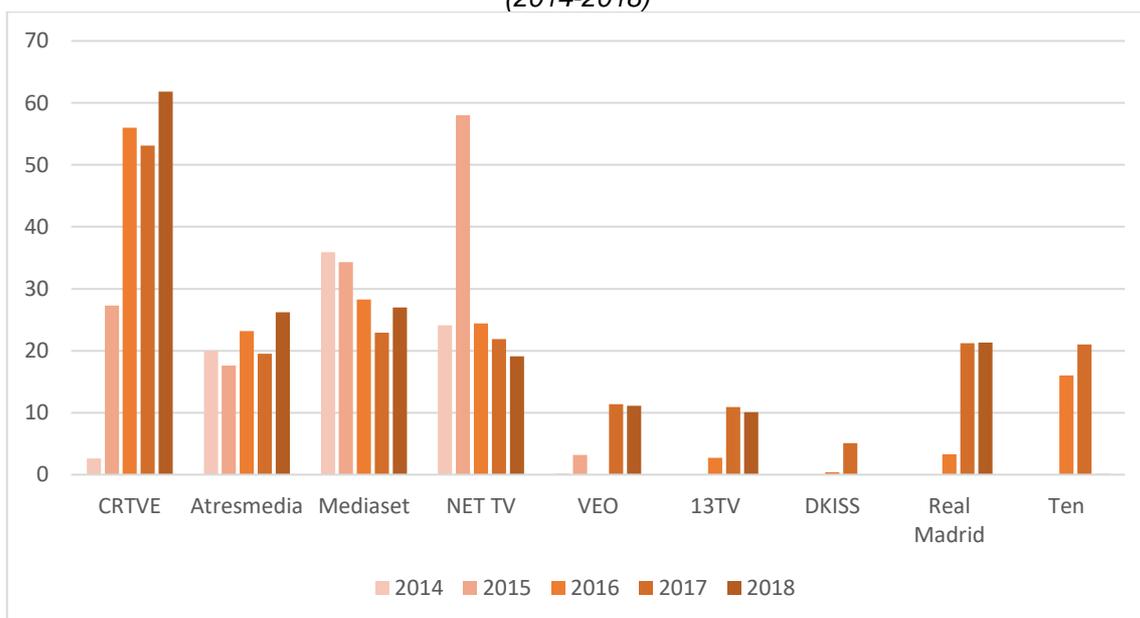
Detectadas estas divergencias, desde el CESyA se procedió a efectuar un nuevo examen sobre la presencia de audiodescripción en abierto, a través de los canales 5 y 6 de audio declarados por DKiss. Como resultado de esta comprobación quedó corroborado la no captación de flujo de audiodescripción en los receptores TDT respecto de canal analizado.

Por tanto, a los efectos del presente informe, y dado que los usuarios finales no han podido ejercer su derecho a disponer de estas horas de audiodescripción, se debe entender que DKiss no ha cumplido con las obligaciones legales que le son exigidas por la LGCA.

Incidencia similar se advierte en los datos registrados por el CESyA en los últimos meses del año, respecto del canal Disney. Esta cadena presentó una programación audiodescrita elevada durante la mayor parte del ejercicio, si bien, la audiodescripción desaparece de forma absoluta desde el mes de septiembre. Tras efectuar una segunda comprobación, el CESyA constató la ausencia de este servicio en el flujo de audio. No obstante, tras excluir del cómputo de horas de audiodescripción los datos de estos últimos meses, la media anual alcanzada por el canal Disney continúa situándose por encima de los parámetros de cumplimiento.

En términos generales, si atendemos a la evolución de la audiodescripción en los últimos años, esta vez por grupo mediático, observamos que en el 2018 se ha recuperado la tendencia positiva que se venía observando en los últimos ejercicios y que se había roto en 2017, año en el que las horas de audiodescripción había descendido apreciablemente.

Gráfico 6. Evolución del porcentaje medio de horas anuales audiodescritas por grupo mediático (2014-2018)



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Por último, indicar que en 2018 toda la audiodescripción se insertó en programas en diferido. Cabe suponer que la falta de audiodescripción en directo se debe al mayor grado de complejidad técnica que representa y, por ende, al mayor coste que deberían asumir los operadores.

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

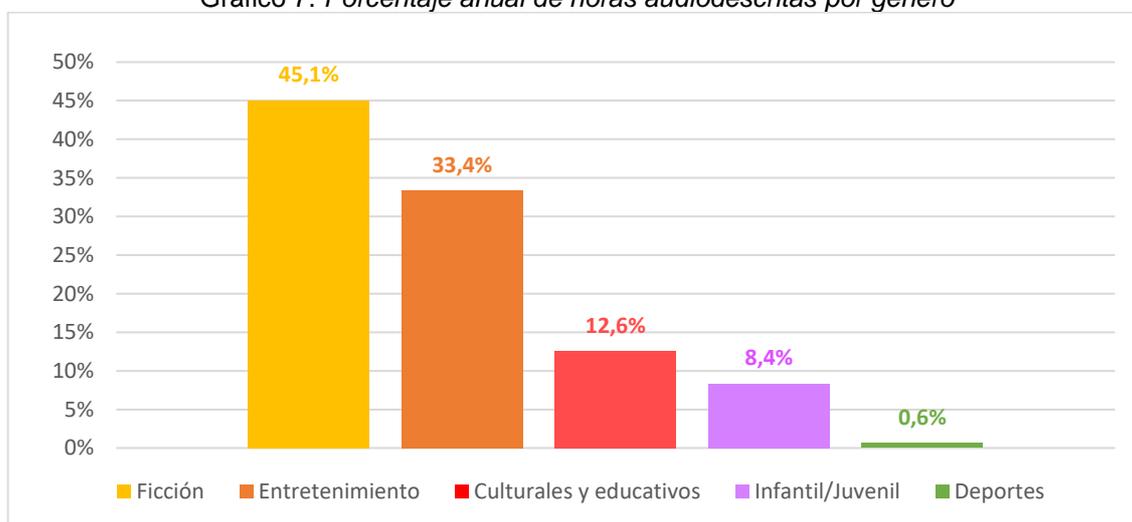
La distribución por géneros de la programación audiodescrita mantiene un comportamiento similar al de los últimos años, siendo los géneros de ficción y entretenimiento los que más horas audiodescritas presentan (más del 78%).

Respecto a la programación cultural y educativa, el porcentaje respecto al año anterior no varía, siendo de un 12,6% en ambos periodos. Se audiodescribieron un total de 1.152 horas, distribuidas todas ellas entre 5 canales: La2, con 664 horas (66,1%), Real Madrid TV, con 233 horas (91%), Discovery Max, con 117,2 horas (56,8%). Paramount, con 107 horas (100%) y, La1, con 30 horas (2,6%).

La programación infantil también se situó lejos de los niveles alcanzados por los géneros mayoritarios, pero el porcentaje de emisión fue ligeramente superior al 2017, en concreto, un 1,7% mayor.

Por su parte, los deportes y los informativos apenas mostraron audiodescripción durante el año, al ser los géneros en los que este servicio resulta menos necesario.

Gráfico 7. Porcentaje anual de horas audiodescritas por género

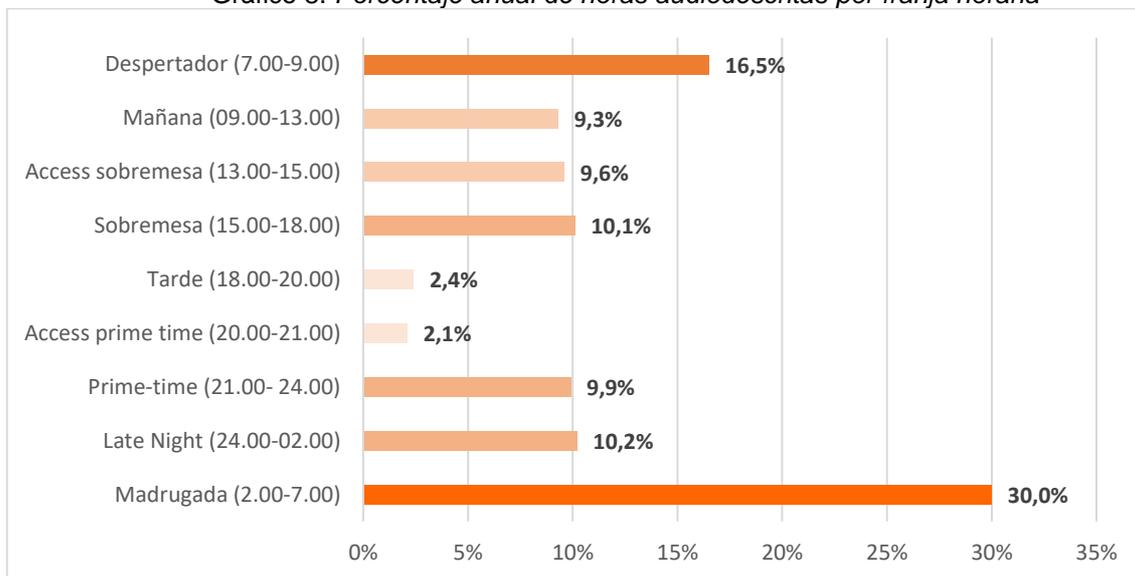


Fuente: CNMC

4.3.3 Distribución de la audiodescripción en función de las franjas horarias

En relación con las franjas horarias en las que se emite programación audiodescrita, en el ejercicio 2018 no se aprecian mejoras significativas respecto de los datos analizados en ejercicios anteriores.

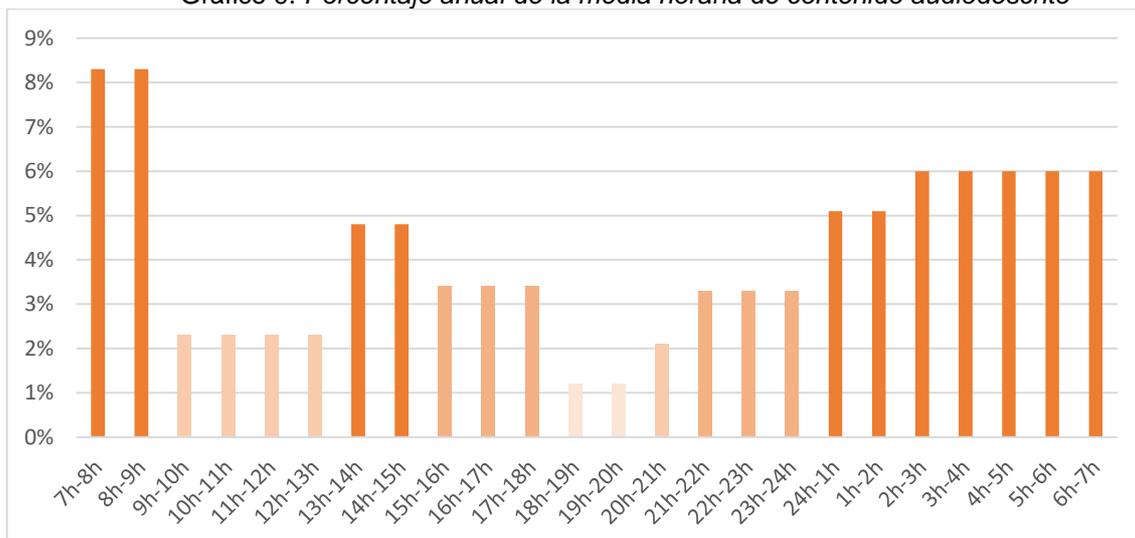
Gráfico 8. Porcentaje anual de horas audiodescritas por franja horaria



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

De los datos obtenidos se desprenden que, pese a las recomendaciones efectuadas por esta Comisión en los distintos informes de seguimiento, la mayor parte de las horas audiodescritas se siguieron emitiendo entre la media noche y las nueve de la mañana (ver gráfico 9). En este rango de horas se registraron el 56,7% del total de programas audiodescritos, cifra muy similar al 57% obtenido en el ejercicio anterior. Con lo cual, no se observa mejora alguna en este parámetro.

Gráfico 9. Porcentaje anual de la media horaria de contenido audiodescrito



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Los mejores resultados los obtienen las cadenas generalistas del prestador público, que concentran la audiodescripción en horarios de sobremesa y prime

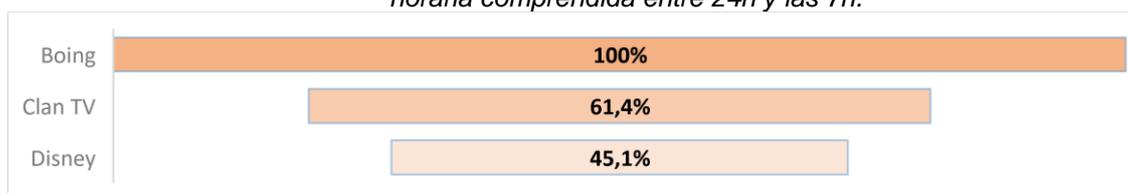
time. El nivel de audiodescripción en las franjas de media noche y despertador únicamente constituyen el 15% del total.

Por el contrario, los peores resultados los obtiene el grupo privado Mediaset, ya que el 81% de las audiodescripción emitida por sus cadenas se concentra entre las 24 horas y las 9 de la mañana. La única cadena perteneciente a este grupo que audiodescribió fuera de estos horarios fue FDF.

Resulta además necesario llamar la atención sobre los malos resultados que en este aspecto se obtienen de las cadenas infantiles, tanto públicas como privadas.

Como se muestra en el siguiente gráfico, la cadena infantil de Mediaset fue la que presentó peores resultados, dado que el 100% de sus contenidos audiodescritos se insertaron entre las 24 y las 7 de la mañana. Clan TV, con un 61,4%, y Disney, con un 45,1%, tampoco presentan buenos resultados.

Gráfico 10. Porcentaje anual de horas audiodescritas por cadenas infantiles en la franja horaria comprendida entre 24h y las 7h.



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

4.3.5 Señalización de la audiodescripción

La señalización que actualmente se está ofreciendo por los prestadores de servicios, en relación con los programas audiodescritos, no ha variado respecto al ejercicio anterior. Por tanto, las diferencias detectadas en el Informe de seguimiento del año 2017, en cuanto al uso de pictogramas diversos, posición y tiempo en pantalla continúan persistiendo en el ejercicio 2018.

Tabla 10. 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 superior derecho	6 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)

	Disney		Margen inferior derecho	10 segundos (inicio programa y vuelta de publicidad)
VEO TV	DMax	No		
	Gol TV		Margen superior derecho	7 segundos
13 TV			Margen superior izquierdo	9 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

Respecto a la señalización en EPGs las conclusiones no varían respecto de lo indicado para el servicio de subtítulo.

4.3.6 Calidad del servicio de audiodescripción

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.

Esta norma deberá ser utilizada por los creadores de contenidos audiovisuales como guía a la hora de introducir la audiodescripción. Sin embargo, 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 siendo analizados en el seno del grupo de trabajo de “Indicadores de calidad de los servicios del subtítulo y la audiodescripción en la televisión” al que ya se ha hecho referencia anteriormente.

Al igual que sucedía con el subtítulo, todos los prestadores de servicios objeto del presente análisis manifiestan tener implementado, bien de forma interna o a través de proveedores externos, medidas de control que aseguren el cumplimiento de la normativa técnica.

Al contenerse toda la programación audiodescrita en programas en diferido, este control de calidad se efectúa de forma previa sobre los contenidos. A su vez, durante la emisión del programa se comprueba la sincronización con el audio principal.

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.

La lengua de signos, como lengua propia de las personas sordas signantes se encuentra reconocida por la Ley 27/2007, de 23 de octubre, en cuyo artículo segundo en el que se reconoce el derecho de libre opción de las personas sordas, con discapacidad auditiva y sordociegas al aprendizaje, conocimiento y uso de las lenguas de signos españolas, y a los distintos medios de apoyo a la comunicación oral.

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 Española¹³ (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 operadores¹⁴.
- 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 subtítulo. 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 del signado.

¹³ <http://www.cnlse.es/es/presencia-de-la-lengua-de-signos-esp%C3%B1ola-en-televisi%C3%B3n>

¹⁴ Esta técnica únicamente fue utilizada en los años 90 en el avance informativo que emitía por la mañana la CRTVE en La1.

Como se ha indicado a lo largo del presente informe, la inserción de la lengua de signos en los canales TDT está condicionado por el hecho que la imagen signada debe introducirse sobre la imagen con audio. Pese a los avances tecnológicos, actualmente en TDT es inviable tecnológicamente poder elegir la imagen signada de manera opcional en la pantalla. Es decir, no se trata de un servicio que el usuario pueda activar o desactivar a su voluntad, como sucede en el caso del subtítulo y la audiodescripción. Este condicionante representa la principal reticencia de los prestadores de servicios audiovisuales para aumentar el número de horas signadas.

No obstante, fruto de la convergencia tecnológica, en los últimos años se han venido 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 que combina la tradicional emisión radioeléctrica con la banda ancha, y puede mejorar las prestaciones que actualmente se ofrecen a sus usuarios a través de la TDT.

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 y preferencias concretas de cada usuario.

4.4.2 Niveles de cumplimiento alcanzado

En el año 2018 la presencia de la lengua de signos en la programación audiovisual aumentó de manera significativa, consolidándose con ello la tendencia positiva que se viene observando en los últimos ejercicios.

Pese a esta mejoría, el grado de inserción de la lengua de signos sigue siendo significativamente inferior a la obtenida para la audiodescripción, servicio que alcanzó el doble de horas en 2018.

En relación con el nivel de cumplimiento, de los 21 canales privados que conforman la parrilla de cadenas con emisión nacional, tan sólo Ten sigue sin prestar este servicio. En términos generales, la mayor parte de los canales observaron un ligero ascenso o un mantenimiento en el nivel de las horas signadas respecto al ejercicio anterior.

Por su parte, los datos obtenidos por las cadenas públicas siguen mostrando un bajo nivel de cumplimiento, si bien se percibe una ligera mejoría en relación con la prestación de este servicio.

El canal 24h ha experimentado en estos últimos años un notable incremento de sus horas signadas, pasando de las 381 obtenidas el año anterior a las 1.102 obtenidas en el presente ejercicio. Este aumento se debe a que, desde finales de 2016, la CRTVE ha venido incorporando de forma paulatina la lengua de signos en los informativos. El primer paso fue incluir este servicio en el informativo matinal diario y, posteriormente, al medio día. Durante 2018 fue implementándose gradualmente en los telediarios de la noche y fines de semana. Este incremento ha significado pasar de estar en niveles inferiores a los exigidos por la ley, en los dos primeros meses del año, a posicionarse en los últimos meses con cifras que superan el doble de lo exigido por la LGCA.

Otro avance significativo lo observamos en el canal infantil donde, a partir del mes de junio, su programación ha empezado a introducir la lengua de signos, acercándose en los últimos meses del año a niveles próximos de cumplimiento.

En el ámbito infantil, cabe además significar que, en 2018, la CRTVE creó en su web la plataforma SignaCLAN, desde donde se permite acceder a contenidos infantiles signados.

De forma adicional, durante el año 2018 el ente público trabajó en la incorporación de la lengua de signos como emisión alternativa en las televisiones conectadas. Este estudio tuvo como principal objetivo analizar cómo utilizar tecnología de la web para mejorar la accesibilidad en la propia televisión, fusionando como *streaming* web la emisión del canal con un signante¹⁵.

Fruto de este trabajo, la lengua de signos también está presente en La1 para los espectadores que disponen de televisores conectados. Desde abril de 2018, se emite en directo, de lunes a viernes, vía HbbTV, el programa “España directo” con lengua de signos, y en octubre de 2018 se comenzó a emitir, también en directo y con lengua de signos, el programa “Corazón”.

Tabla 11. Evolución de la media de horas mensuales con lengua de signos por canal en el periodo 2014-2018

CANAL	OBLIGACIÓN HORAS/MES 2017	2014	2015	2016	2017	2018
CANALES PÚBLICOS						
La1	40h	0,04	0,1	0	0,04	1,2
La2	40h	1,9	2,4	2	1,9	1,9
Clan TV	40h	0	0	0,2	0	18,7
Canal 24h	40h	8,7	9,4	24,4	30	69,9
TDP	40h	0	0	0	0	0,1
Media Global de horas		2,1	2,4	5,3	6,4	18,5
CANALES PRIVADOS						
ATRESMEDIA						

¹⁵ Estos trabajos fueron objeto de la siguiente publicación: <http://www.iosrjournals.org/iosr-jce/papers/Vol20-issue3/versioon-4/C2003041524.pdf>

Antena 3	8h		8,6	10,4	9,5	9	9,5
Sexta	8h		16,7	21,9	18	12,2	12,6
Neox	8h		16,9	16,9	16,4	15,8	16,1
Nova	8h		15	18,6	18,5	18	18,5
Mega	4h	6h	16,7	12,6	12,1	10	12,7
A3S	4h	6h	-	8,7	19,3	21,1	21
Media Global			14,8	14,8	15,6	14,3	15,1
MEDIASET							
Tele 5	8h		8,4	9	9,1	9,7	10
Cuatro	8h		10	11,2	13,5	38,4	10
FDF	8h		11,3	16,7	11,4	10,4	45
Boing	8h		9,4	10,7	10,9	10,4	11
Divinity	8h		15,9	19,1	11,8	11,3	12
Energy	8h		34,4	30,9	19,1	16,8	19
Be Mad	2h	4h	-	-	7,1	7,1	15
Media Global¹⁶			14,9	16,3	13,8	16,2	17,4
NET TV							
Disney	8h		13	17,7	18,4	12,3	11,7
Paramount	8h		4,8	10	10,4	9,2	9
Media Global			8,9	13,8	14,4	10,7	10,4
VEO TV							
Dmax	8h		4,4	6,5	6,3	11,4	17,2
Gol	2h	4h	-	-	0,3	4,1	6,8
Media Global¹⁷			4,4	6,5	6,3	11,4	17,2
13 TV							
13TV	8h		0	1,8	7,1	9,8	9,5
REAL MADRID							
Real Madrid TV	2h	4h	-	-	4,8	17,6	16,3
TEN MEDIA							
Ten	2h	4h	-	-	0	0	0
RADIO BLANCA							
DKiss	2h	4h	-	-	2,1	5,1	9,4

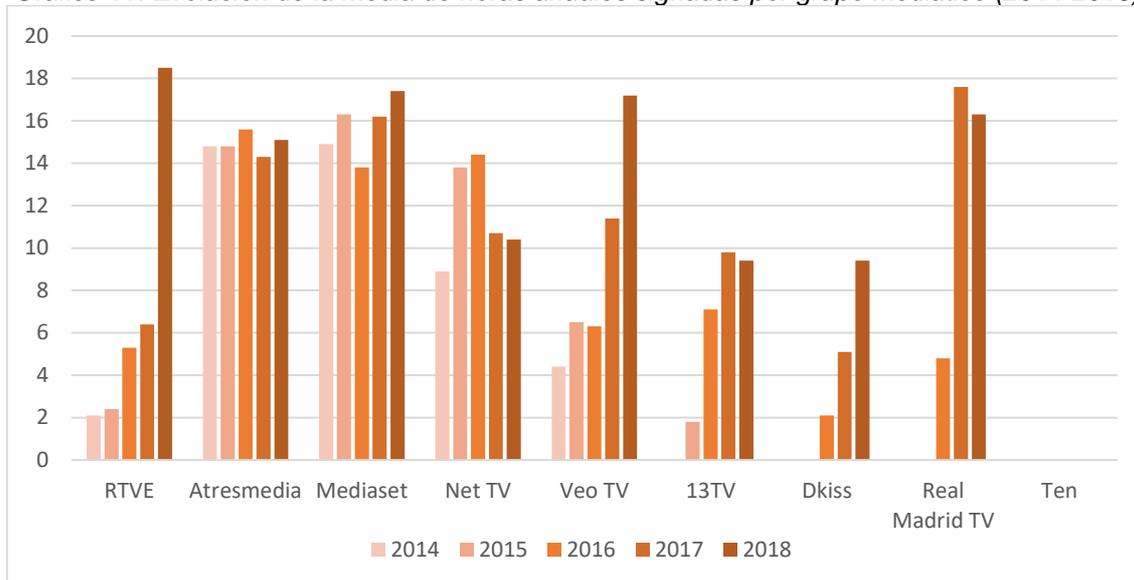
Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

El siguiente gráfico muestra la evolución positiva del servicio de lengua de signos en los últimos cinco años.

¹⁶ 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.

¹⁷ 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 11. Evolución de la media de horas anuales signadas por grupo mediático (2014-2018)



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

Del total de horas signadas en 2018, un total de 1.038 horas correspondieron a programas en directo, lo que supone un 22,6% del total. La mayor parte de estas horas correspondieron a la traducción en lengua de signos de los programas informativos del canal 24h y Antena 3.

Tabla 12. Horas signada en programas en directo y grabados. 2018

LENGUA DE SIGNOS	DIRECTO		GRABADO		TOTAL
	Horas	%	Horas	%	
CRTVE	816	74%	286	26%	1.102
ATRESMEDIA	222	20,5%	863	79,5%	1.085
MEDIASET	0	-	1.457	100%	1.457
NET TV	0	-	248	100%	248
VEO TV	0	-	288	100%	288
13TV	0	-	114	100%	114
REAL MADRID TV	0	-	195	100%	195
TEN MEDIA	0	-	0	100%	0
RADIO BLANCA	0	-	112	100%	112
TOTAL HORAS	1.038	22,6%	3.563	77,4%	4.600

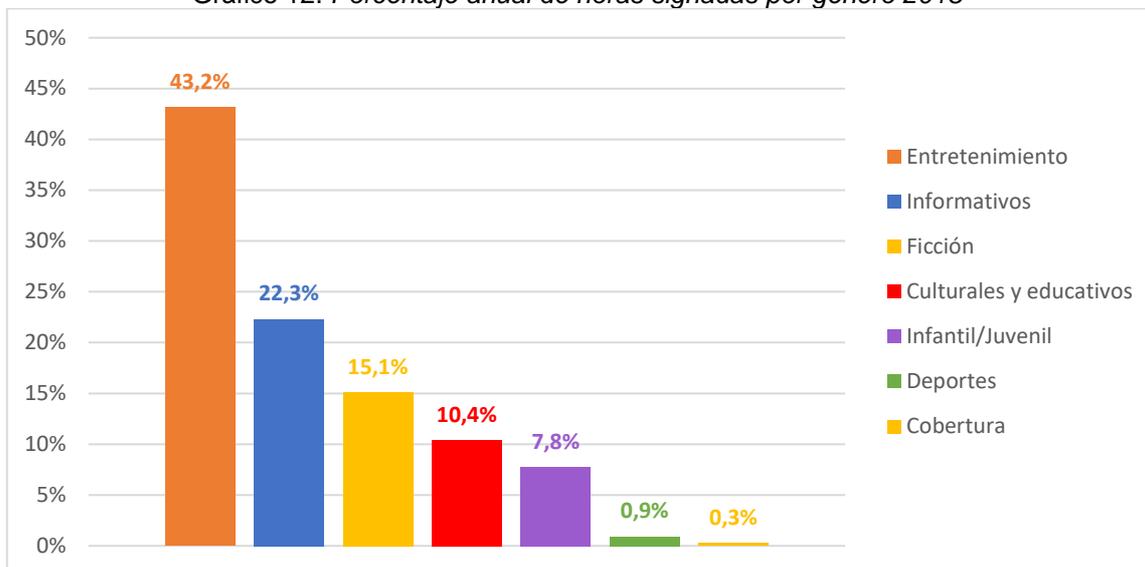
Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

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

En materia de géneros programáticos, el entretenimiento, con más del 43% del total de contenidos, sigue predominando sobre el resto.

Sin embargo, respecto al ejercicio anterior, se advierte un relevante ascenso de horas en informativos, pasando de 335 a 804 horas, alcanzando con ello un 22,3% del total de horas signadas, y desbancando del segundo lugar a la ficción, que reduce su porcentaje hasta el 15,1%.

Gráfico 12. Porcentaje anual de horas signadas por género 2018

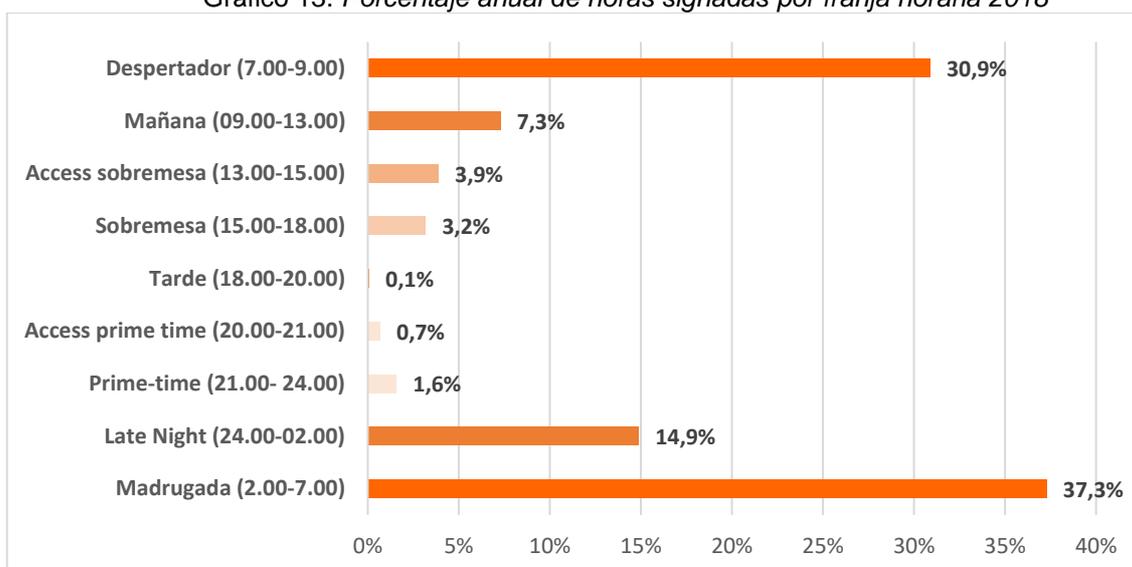


Fuente: CNMC

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

La distribución horaria de los contenidos signados continúa considerándose el dato más negativo. Atendiendo a los datos ofrecidos por los propios operadores, el 82% de los programas signados fueron emitidos entre las 12 y las 9 de la mañana. Por lo tanto, pese a las recomendaciones de mejora que, a este respecto, se han venido efectuando por la CNMC en sus distintos informes, estos no han mejorado.

Gráfico 13. Porcentaje anual de horas signadas por franja horaria 2018

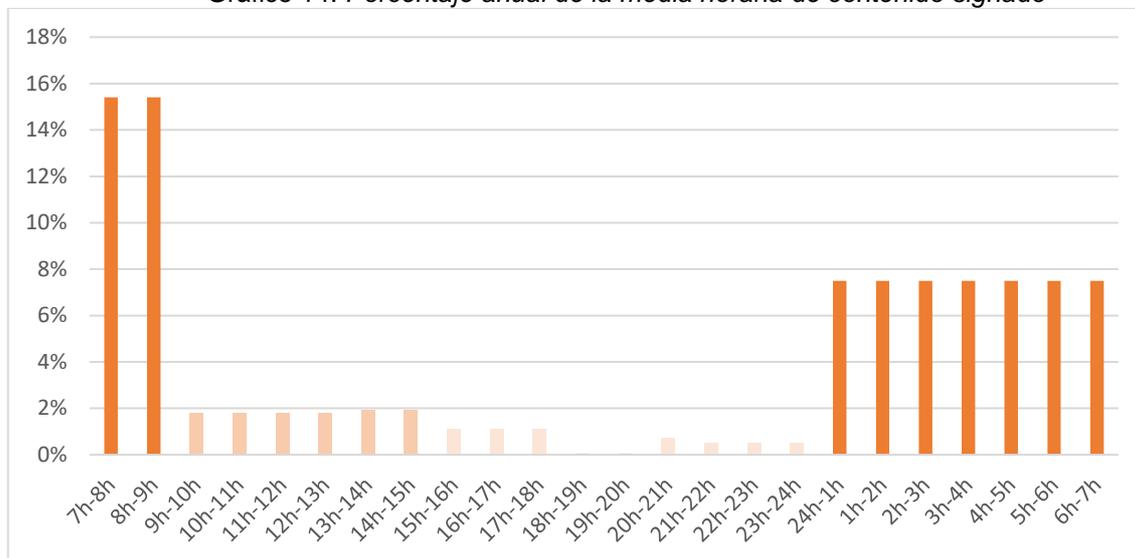


Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

La ausencia de contenidos signados en las horas del día, donde se concentran mayores índices de audiencia, resulta todavía más evidente si representamos

los datos facilitados por los prestadores de servicios atendiendo a la media horaria.

Gráfico 14. Porcentaje anual de la media horaria de contenido signado



Fuente: Datos aportados por los prestadores de servicios

De forma adicional, resulta necesario hacer una llamada de atención especial a los horarios advertidos respecto de la programación infantil signada en los canales Clan TV y Boing, en los que prácticamente la totalidad de estos contenidos se emitieron entre las 2 y las 7 de la madrugada. Por el contrario, el canal Disney ofreció el 100% de su programación signada en horario de 7 a 9 de la mañana, horario en el que resulta algo más factible su visionado por el público infantil.

4.3.4 Señalización de la lengua de signos

Durante 2018 la mayor parte de las cadenas continuaron sin informar sobre la disponibilidad del servicio de lengua de signos, por considerar que este servicio se puede advertir con la aparición de la imagen signada en pantalla.

Al igual que en el ejercicio anterior, tan solo los canales del grupo Atresmedia, Paramout y 13TV insertaron pictogramas al inicio de sus programas y tras la vuelta de publicidad.

Tabla 13. 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			6 segundos (inicio de programa y vuelta de publicidad)
	Disney	No		
VEO TV		No		
13 TV			Margen superior izquierdo	9 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

Respecto a la señalización en EPGs las conclusiones no varían respecto de lo indicado para el servicio de subtítulo.

4.3.5 Calidad de la lengua de signos

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 en relación con el servicio de subtítulo y 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 la Fundación CNLSE y el Centro de Normalización lingüística de LSE, que viene a fijar unos criterios de accesibilidad y lingüísticos que debe cumplir el servicio de lengua de signos inserto en los contenidos televisivos.

Tanto la CRTVE como el grupo Atresmedia manifiestan estar cumpliendo con los estándares de calidad fijados en la citada guía, dado que los intérpretes que contratan pertenecen a la Fundación CNLSE.

El resto de prestadores, manifiestan estar realizando controles de calidad a través de sus proveedores externos, como Mediaset y el canal Disney o, de forma interna, en el caso del resto de canales.

4.5 Conclusiones y recomendaciones

En términos generales cabe indicar que, durante 2018, aumentó significativamente la emisión de programas con servicios de accesibilidad integrados. Respecto al ejercicio anterior, el subtítulo creció un 7%, la audiodescripción un 13% y la lengua de signos un 28%. Sin embargo, a pesar de este incremento, seguimos encontrando operadores que no alcanzan los límites cuantitativos exigidos por la LGCA.

Respecto a las cadenas privadas debemos reseñar que Ten, canal que todavía se encuentra en periodo transitorio de cumplimiento, no alcanza los márgenes establecidos por la normativa audiovisual en ninguno de los servicios de accesibilidad. Durante 2018 la audiodescripción y la lengua de signos estuvieron ausentes en sus contenidos. En lo que respecta al subtítulo, su nivel se situó próximo, pero no consiguió alcanzar los valores mínimos de cumplimiento.

En materia de subtítulo también debemos referirnos al canal Paramount que, rozando el 74%, se situó muy cerca de los niveles de cumplimiento. Respecto al servicio de audiodescripción reseñar que, como resultado de la función de control de esta Comisión, se constató que, a pesar de que el canal Dkiss estuvo incorporando este servicio a su programación, un problema técnico impidió que su flujo de audio pudiera ser captado por los receptores TDT. Esta anomalía deberá ser subsanada por el operador.

En relación con los canales públicos, cabe poner de relieve que su media anual de subtítulo, superior al 94%, sobrepasó ampliamente el umbral del 90% exigido por la LGCA. Este dato resulta incluso más relevante si tenemos en cuenta que, el mayor grado de cumplimiento exigido por la LGCA a la CRTVE por su carácter público (15% adicional al exigido a los canales privados), se acrecienta de forma significativa por el hecho de que la norma no obliga a subtítulo la publicidad. Por tanto, el grado de cumplimiento de la CRTVE es muy elevado.

Los servicios de audiodescripción y lengua de signos prestados por las cadenas públicas registraron un aumento significativo en el número global de horas, si bien, como sucedía en ejercicios anteriores, algunos de estos canales continuaron sin prestar estos servicios, o lo hicieron a niveles inferiores a los exigidos.

La CRTVE fue, a su vez, el prestador que más invirtió en la introducción del servicio de subtítulo y signado en contenidos emitidos en directo. Este esfuerzo económico ha de valorarse además en el marco de las limitaciones presupuestarias y la prohibición legal expresa establecida por la LGCA¹⁸, de acudir al patrocinio como medio para sufragar las medidas de accesibilidad¹⁹.

En el ámbito programático, como ya se venía observando en informes anteriores, la ficción y el entretenimiento fueron los géneros más accesibles en nuestras pantallas, a una distancia considerable respecto al resto. Por el contrario, la cultura y el deporte, continuaron siendo los géneros que registraron porcentajes inferiores.

¹⁸ En este sentido el artículo 8.4 de la LGCA establece que “Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual podrán emplear, excepto la Corporación RTVE, el patrocinio para sufragar las medidas de accesibilidad”.

¹⁹ El coste de aplicación de las medidas de accesibilidad de la CRTVE alcanzó la cantidad de 4.128.554 euros.

Resulta relevante destacar que, en materia informativa, las personas con discapacidad auditiva dispusieron del servicio de subtulado en prácticamente la totalidad de los telediarios ofrecidos en el ámbito estatal. Adicionalmente, desde octubre de 2018, todos los informativos emitidos por el canal 24h se ofrecieron con la traducción en lengua de signos. Con lo cual, se puede afirmar que el acceso a la información ha mejorado significativamente en los últimos ejercicios.

También se han conseguido avances en lo que se refiere a la accesibilidad en la programación infantil. Las cadenas temáticas que ofrecieron este género alcanzaron niveles de subtulado muy elevados, destacando entre ellas, Clan TV que, con un 99,3%, se erigió por segundo año consecutivo como la cadena con mayor índice de subtulación. En materia de audiodescripción Clan TV y Disney, triplicaron en 2018 sus horas, mientras que Boing cumplió con los niveles de forma correcta. El servicio de signado, aun siendo todavía el más deficiente respecto a este género, mejoró sus niveles. Parte de esta mejora se debe a que Clan TV, cadena que hasta el momento no había introducido el signado en sus contenidos, empezó a prestar el servicio en el mes de mayo, alcanzando en los últimos meses niveles cercanos al exigido. Como novedad, la web de CRTVE puso a disposición de los usuarios la plataforma SignaCLAN, que permite acceder a todos los contenidos infantiles signados.

Sin embargo, estos datos positivos se desvirtúan al constatar que las cadenas infantiles están emitiendo la mayor parte de los contenidos accesibles para el público infantil en horarios nocturno.

Es precisamente este ámbito, las franjas horarias en las que se incorpora la accesibilidad, donde se detecta la necesidad de un mayor esfuerzo de mejora. Pese a las continuas recomendaciones efectuadas por esta Comisión en sus informes de seguimiento, la audiodescripción (56,7%) y la lengua de signos (83,1%) continuaron insertándose de manera mayoritaria entre las 24 y las 7 de la mañana.

Tampoco se han detectado mejoras en relación con las deficiencias advertidas en el Informe de seguimiento del año 2017 respecto de 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.

Como resultado del análisis efectuado en el ejercicio 2018 se debe concluir que los avances experimentados en materia de accesibilidad a los contenidos audiovisuales resultan innegables en lo que se refiere a los parámetros cuantitativos. Sin embargo, esta labor de control también ha permitido detectar todas aquellas áreas que, no siendo exigibles por la normativa, condicionan la efectividad de estos avances. Los operadores no se deben conformar con cumplir los mínimos 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.

Con el objetivo de garantizar que los servicios de accesibilidad sean prestados conforme a las expectativas de las personas con discapacidad, esta Comisión ha venido reiterando la necesidad de abordar una reforma normativa que venga a establecer indicadores cualitativos que permitan eliminar las deficiencias detectadas, así como la incorporación de elementos de calidad en la prestación de las herramientas o medidas de apoyo de accesibilidad que puedan ser supervisados por este organismo regulador.

La próxima revisión de la LGCA, para su adaptación a las modificaciones establecidas en la Directiva Audiovisual, nos brinda una oportunidad sin precedentes para implementar las necesidades descritas en el ámbito de la accesibilidad.

A su vez, como ya se ha señalado, sería deseable aprovechar la oportunidad que presta la transposición de esta Directiva para introducir cambios normativos que vengán 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 servicios lineales de pago y los servicios de video 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

La representación mediática de la discapacidad resulta fundamental para lograr la normalización de la imagen de este colectivo. Consciente de ello, la LGCA estableció una serie de previsiones encaminadas a alcanzar este propósito.

A tal fin, en su artículo 8.5, la citada ley 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.

Las obligaciones del referido artículo 8.5 de la LGCA afectan a todos los prestadores de servicios audiovisuales, lineales y a petición, tanto en abierto como de pago. Sin perjuicio de lo anterior, no se ofrecen datos de los prestadores de servicios lineales de pago o de servicios bajo demanda, por haberse centrado el análisis del presente informe en los prestadores de TDT. Como ya se ha señalado, este es el último informe que se realiza con este formato, por lo que en el futuro se tendrá en cuenta a prestadores hasta ahora no contemplados, a medida que se consolida su relevancia por su consumo por parte de las personas con discapacidad.

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 2018 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

Durante 2018 la CRTVE hizo un importante esfuerzo en promover y normalizar la presencia en televisión y radio de las personas con discapacidad.

A través de La1 se dio voz a quienes denunciaron discriminación con motivo de su discapacidad, especialmente a través del programa “La mañana”. Este espacio incorporó como tertuliana habitual a Irene Villa, discapacitada física y presidenta de la fundación que lleva su nombre.

Por su parte, “España directo” mantuvo un acuerdo con la ONCE gracias al cual se emitieron 165 reportajes realizados por una reportera con discapacidad, cuya temática estuvo relacionada con la visibilidad y la integración de este colectivo.

El programa “Comando actualidad” dedicó un capítulo íntegro a los protagonistas de la película “Campeones”. En él, se promovió la integración de las personas con discapacidad dando voz a sus familias y contando historias personales de superación continua.

La gala solidaria “Inocente, inocente 2018”, emitida el 28 de diciembre en La1, estuvo dedicada a los niños con discapacidad y a sus familias, con el objetivo de concienciar sobre el apoyo que necesitan, la eliminación de barreras y las estrategias necesarias para potenciar su autonomía.

La2, emitió semanalmente “En lengua de signos”, programa informativo que acercó la actualidad al colectivo de personas con discapacidad auditiva. Asimismo, abordó, a través de reportajes y entrevistas, diferentes temas relacionados con la discapacidad en los programas “Para todos La 2” y “Aquí hay trabajo”; y comenzó a producir el programa “De seda y hierro”, sobre historias de discapacidad y dependencia, que ha iniciado sus emisiones en mayo de 2019. Por otro lado, destacar el compromiso de la CRTVE con el deporte paralímpico. De manera semanal, se emitieron microespacios informativos en TVE relacionados con las últimas novedades del mundo paralímpico y, quincenalmente, se emitió un programa resumen de la actividad paralímpica. Asimismo, tuvieron cabida en Teledeporte distintas competiciones internacionales nacionales e internacionales, entre las que destacaron las siguientes:

- Juegos Paralímpicos de Invierno de Pyeongchang.
- Final de la Copa del Rey de Baloncesto Silla de Ruedas.
- Champions Cup Ilunion – Besiktas Silla de Ruedas.
- Final de la Liga Baloncesto Silla de Ruedas.
- Atletismo Carrera Liberty ‘Una meta para todos’.
- Campeonato del Mundo Fútbol Ciegos.
- Campeonato de Europa Atletismo Paralímpico.
- Campeonato de Europa Natación Paralímpico.
- Campeonato del Mundo Parakárate.

RNE contó, en 2018, con una amplia programación de servicio público destinada a los colectivos que requieren atención específica, entre los que destacaron: “Juntos paso a paso” (Radio 1). “Para que veas” (Radio 5). “Descubriendo capacidades” (Radio 5). “Diferentes pero iguales” (Radio 5) y “Sector 3” (Radio Exterior de España).

Por su parte, el Fondo documental de la CRTVE desarrolló un sistema de archivado de los ficheros de subtítulo, audiodescripción y lengua de signos de los distintos programas emitidos en TVE, con el objetivo de preservarlos y reutilizarlos.

Por último, destacar que la Corporación cuenta con un Manual de Estilo que establece una serie de indicaciones que deben seguir sus profesionales con el

objetivo de que el lenguaje utilizado al hablar sobre discapacidad, sea inclusivo, neutral y alejado de eufemismos.

- **Convenios y colaboraciones**

En materia deportiva, la CRTVE tuvo colaboraciones constantes con el Comité Paralímpico Español, la Federación Española de Deportes de Personas con Discapacidad Física, la Federación de Deportes para Personas con Discapacidad Intelectual, además de acuerdos con otras federaciones deportivas que organizan eventos paralímpicos.

Con el objetivo de fomentar la accesibilidad cognitiva de las personas con discapacidad, CRTVE colaboró estrechamente en materia de accesibilidad con diversas universidades españolas (Universidad de Zaragoza, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Carlos III de Madrid y Universidad Autónoma de Barcelona, entre otras) y permaneció en contacto con las más prestigiosas instituciones representantes de los colectivos de personas con discapacidad (CNSE, CESyA, ONCE, CERMI, FIAPAS, etc.).

- **Campañas de sensibilización**

La CRTVE llevó a cabo campañas que propiciaron una programación específica en torno a la celebración de los días internacionales o nacionales ligados a las siguientes temáticas: discapacidad, Síndrome de Down, tartamudez, personas con sordo-ceguera, autismo, etc.

En 2018 la Corporación llevó a cabo diversas acciones de responsabilidad social corporativa encaminadas a fomentar la presencia normalizada de las personas con discapacidad. Como ejemplo de estas acciones, el Día Internacional del Libro, Radio 3, en colaboración con el Instituto Cervantes, acogió el radioteatro en directo de la obra “El desdén con el desdén”. Al ensayo general se invitó a las organizaciones Fundación PRODIS, Fundación Gil Gayarre, Fundación Plena Madrid, y Ángeles Urbanos.

Asimismo, la CRTVE mantuvo su compromiso con la discapacidad asociándose con distintas organizaciones. En concreto, llevó a cabo un voluntariado con perros guía los días 3 de marzo y 19 de diciembre, de la mano de la Fundación ONCE; algunos de los presentadores de la Corporación se pusieron antifaces para intentar sensibilizar, a través de las piezas audiovisuales que fueron grabadas, sobre la realidad que viven las personas con discapacidad visual y los obstáculos que superan a diario gracias a estos animales.

En 2018, la entidad pública volvió a participar en la confección de un calendario solidario junto con la Fundación PRODIS, aportando al proyecto caras conocidas de la programación de sus cadenas y encargándose de la organización de una exposición con las fotografías del calendario.

Al igual que en años anteriores la CRTVE celebró “Encuentros responsables” encaminados a promover valores de responsabilidad social entre sus trabajadores, así como a favorecer su motivación y talento humano. Uno de ellos,

fue el dedicado a la normalización de las personas con discapacidad; se llamó “Auténticas personas” y tuvo lugar el 21 de marzo, Día Internacional del Síndrome de Down. En él participaron Cristina Domínguez, de Down España, y el director de la película 'Campeones', Javier Fesser.

En el ámbito radiofónico, añadir las campañas organizadas por RNE en relación a la discapacidad, especialmente la invitación a distintas asociaciones a asistir a los ensayos generales de las ficciones sonoras representadas en “La casa encendida” y visitas organizadas a los estudios de la Casa de la Radio, en Prado del Rey.

- **Atresmedia**

• **Contenido programático**

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 discapacidad. Además, reseña 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.

Atresmedia destaca importantes avances hacia una presencia normalizada de personas con discapacidad en los programas de distintos canales del grupo. “Espejo Público” contó con dos tertulianos que padecen una discapacidad, como Clara Garrido y John de Zulueta. En varias sesiones de “El Hormiguero” participaron personas con discapacidad, como ejemplo de ello citar el programa especial de Évole sobre campeones, en el que intervino un skater ciego (18 de octubre), o el programa en el que se mostró un video/experimento sobre la naturalidad de los niños frente a personas con discapacidad. “Salvados”, dedicó un programa a la película Campeones. En “La Ruleta de la Fortuna”, intervino un concursante con discapacidad celebrando el programa 3000 (31 de diciembre). En la segunda temporada del programa “Ninja Warriors” también participaron varias personas con discapacidad.

Asimismo, algunas de las series emitidas en los distintos canales de Atresmedia incluyeron personajes con distintas discapacidades. A modo de ejemplo este prestador cita el personaje Langui de la serie “Cuerpo de élite”²⁰, y el personaje principal de la webserie “La familia Pérez”²¹ que se emite en Atresplayer y Youtube, así como el protagonista de la serie The Big Bang Theory, que según el prestador tiene Síndrome de Asperger.

²⁰ Atresmedia Corporación es la productora de esta serie.

²¹ En la que participan la Fundación Atresmedia, la Fundación Mapfre y los Estudios Quinto Nivel.

Por último, indicar que la promoción de Navidad del grupo Atresmedia, contó con la participación de una persona con discapacidad.

- **Campañas de sensibilización**

La Fundación Atresmedia es una muestra del compromiso del grupo con la normalización y el respeto a la discapacidad. Uno de los seis fines que persigue la Fundación desde su creación es precisamente “contribuir a la normalización de la discapacidad en el Sector Audiovisual y en la sociedad en general para facilitar su integración laboral”.

Con el objetivo de implementar esta política de normalización de la discapacidad dentro de la empresa, Atresmedia celebra anualmente las jornadas de sensibilización “Vive su realidad”, con la finalidad de transmitir a sus empleados qué es la discapacidad, sus tipologías, principales agentes y terminología.

Estas jornadas se han extendido a otros profesionales del sector. En 2018 se introdujeron dentro de la programación de diferentes Festivales de temática audiovisual²² para posibilitar que diferentes profesionales del sector audiovisual como productores, realizadores o guionistas que asisten a estos festivales pudieran participar en ellos. Estos eventos persiguen que, mediante la participación de estos profesionales, se facilite la incorporación de personajes con discapacidad en las tramas, figuración o como actores/actrices formando parte de los distintos equipos de trabajo.

Como complemento de esta apuesta por la sensibilización, y con el propósito de incorporar al sector audiovisual profesionales con distintas discapacidades, la escuela audiovisual para personas con discapacidad impulsada por la Fundación Atresmedia concedió en 2018 cuatro becas formativas para estudios relacionados con animación 3D y videojuegos en Barcelona, en concreto para el Máster en Diseño y Creación de Videojuegos y para el Máster en Animación, Arte Digital y Videojuegos.

Desde el año 2016, la Fundación Atresmedia y la Fundación Randstad desarrollan la campaña de sensibilización “Por la igualdad en el empleo”, que persigue concienciar a la sociedad y lograr así la normalización de las personas con discapacidad, especialmente en su acceso al mercado laboral. Con esta finalidad, en 2018 se impulsó la producción y realización de un mensaje protagonizados por relevantes periodistas de Atresmedia²³ y cuatro altos cargos directivos²⁴ cuyas diferentes discapacidades no les ha impedido tener éxito en el desempeño de su trabajo. Estas piezas fueron difundidas a través de diferentes

²² Festival de Málaga, el Festival Alfaz del Pi, el Festival de Vitoria, el Festival de Sitges y la Madrid Premier Week

²³ Susanna Griso, Carlos Alsina, Vicente Vallés y Mamen Mendizábal.

²⁴ Ismael Pereda, gerente de Seguridad, Medioambiente y Calidad de Repsol; Clara Garrido, letrada del Congreso de los Diputados; Javier Quintanilla, profesor miembro del Consejo de Dirección de IESE y John de Zulueta, presidente del Círculo de Empresarios.

soportes de Atresmedia²⁵. Además, en la campaña se incluyó una serie de vídeos en los que cada uno de los periodistas de Atresmedia comentaba la impresión que les causó entrevistar a los cuatro profesionales.

Por otra parte, la Fundación Atresmedia junto a la Fundación Orange, impulsaron una campaña de sensibilización sobre las personas con trastornos del espectro del autismo (TEA). Con el objetivo de ayudar a la sociedad a conocer mejor el autismo, se impulsó la producción y realización de un mensaje protagonizados por personas con TEA, y fue difundido a través de los diferentes soportes de Atresmedia²⁶.

Como parte de su responsabilidad corporativa, Atresmedia dio voz de manera altruista a numerosas campañas publicitarias de ONG's que impulsan la normalización sobre la discapacidad. En 2018 se emitieron en televisión, radio y en las diferentes plataformas digital, campañas para sensibilizar sobre el día mundial del Síndrome de Down, el día mundial de la Parálisis Cerebral, así como las diferentes discapacidades intelectuales o la discapacidad producida por trastorno mental. Además, internamente, a través del programa de Voluntariado Corporativo, la compañía sensibiliza sobre la discapacidad ofreciendo actividades de voluntariado en las que los empleados pueden interactuar y conocer en primera persona la realidad de este colectivo.

En 2018, Atresmedia colaboró con la Fundación Riendamiga y la Fundación Manantial en su labor con niños con discapacidad intelectual y con adultos con discapacidad por trastorno mental.

- **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, "Got Talent", "La Voz Kids", "First Dates", así como la serie "The Good Doctor", protagonizada por un médico autista y con síndrome de savant.

²⁵ Las piezas se emitieron en televisión y radio en todos los canales y emisoras de Atresmedia. En televisión se alcanzaron 18.569.000 personas de público objetivo al que estaba dirigida la campaña. En radio se ha llegado a 3.110.000 de oyentes. Estas piezas (mensajes TV y entrevistas) pueden visualizarse en las páginas web de Fundación Atresmedia y Fundación Randstad y en un microsite conjunto de ambas fundaciones²⁵. En las redes sociales dicha campaña asimismo ha tenido 3.197.584 impactos en Twitter y 27.654 impactos en Facebook.

²⁶ Las piezas se emitieron en televisión y multimedia en todos los canales y webs de Atresmedia. En televisión se alcanzaron 33.376.000 personas de público objetivo al que estaba dirigida la campaña. Esta pieza puede visualizarse en las páginas web de Fundación Atresmedia y Fundación Orange y en el site 'Junto al autismo'. En las redes sociales dicha campaña asimismo ha tenido 12.149.548 millones de impactos en Twitter y 41.417 impactos en Facebook.

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”, “Mi casa es la tuya”, “Volver a verte”, “Cuarto Milenio” o “Quien me lo iba a decir”.

- **Campañas de sensibilización**

Con ocasión del Mes Mundial de la Salud Mental, Mediaset y la Confederación de Salud Mental España se unieron para efectuar una campaña de sensibilización sobre este tipo de trastornos. De forma previa al estreno de la campaña, Mediaset realizó un encuentro informativo entre los responsables de contenidos y de la Confederación Salud Mental España para fomentar el lenguaje inclusivo y eliminar las connotaciones negativas que suelen aparecer en los medios

Esta campaña fue emitida por todos los canales del grupo, excepto Boing. A su vez, los informativos de Telecinco y Cuatro, así como los programas de producción propia de ambas cadenas, dedicaron parte de su tiempo a esta campaña ofreciendo testimonios de personas afectadas y representantes de la confederación de Salud Mental.

Durante 2018, Mediaset cedió espacio publicitario, en todos sus canales y de manera gratuita, a la entidad sin ánimo de lucro ASPACE (Atención a la Parálisis Cerebral en España), con motivo de la celebración del día internacional de la parálisis cerebral.

A finales de año, junto a la Federación Española de la dislexia, Mediaset emitió la campaña “Unidos por la dislexia”, con el objetivo de concienciar e incidir en la importancia de una educación personalizada que permita detectar precozmente la dislexia y crear los recursos adecuados para superarla.

- **Net TV**

- **Contenido programático**

El canal Disney manifiesta haber incorporado, en contenidos de producción propia como “Club Haudini” y “Descendientes”, personajes con algún tipo de discapacidad.

- **13 TV**

- **Contenido programático**

13 TV cita algunos programas - “Informativo diocesano”, “Trece al día” y “El lado bueno de las cosas”- en los que se trató el tema de la discapacidad a través de reportajes y entrevistas.

- **Convenios y colaboraciones**

En colaboración con la Asociación Síndrome de Down, 13TV ha firmado un convenio para participar en el Programa “Demos”, proyecto de formación para el empleo e inclusión universitaria para jóvenes con discapacidad intelectual.

Como parte del Programa “Demos”, y con motivo de la incorporación de dos alumnos para la realización de prácticas en esa empresa, 13TV celebró una jornada de sensibilización para todo el personal, donde se les explico en contenido de dicho Programa y el papel que cada trabajador desempeñará en el mismo.

- **Real Madrid TV**

- **Contenido programático**

En el 2018 se emitieron 264 horas del programa “Historias con alma”, espacio que acerca a los espectadores grandes historias personales de niños con discapacidades que participan en actividades inclusivas, que viven en la calle, sufren violencia dentro de sus hogares o son socialmente vulnerables. El programa se acerca a la situación en la que viven estos niños y sus familias y, cómo la Fundación Real Madrid, trabaja para dar a estos niños unas herramientas de sociabilización basadas en el deporte y cómo aprenden a ser adultos responsables desde los valores que da esta actividad: la salud, la amistad, el espíritu de sacrificio, el trabajo, la constancia, etc.

Además, a través de sus diferentes programas informativos y magazines, durante 2018 se ofreció cobertura informativa y diferentes reportajes en los torneos inclusivos de fútbol y baloncesto de la Fundación Real Madrid, sobre las escuelas de fútbol inclusivo y baloncesto adaptado de la Fundación Real Madrid.

- **Convenios y colaboraciones**

La Fundación Real Madrid desarrolla diversos proyectos junto con escuelas socio-deportivas de fútbol y baloncesto, así como de deporte adaptado e inclusivo.

El prestador además destaca un crecimiento de iniciativas que ponen su atención en fomentar la diversidad, por un lado, a través de proyectos inclusivos y adaptados que desarrolla junto a otras fundaciones (Fundación Endesa y Sanitas), y por otro, mediante la participación en actividades como el Festival de fútbol inclusivo, o las realizadas en el marco del Día de la discapacidad.

- **DKiss**

- **Contenido programático**

En 2018 el prestador manifiesta haber difundido varios programas relacionados con la discapacidad, su afán de superación y la normalización de sus vidas: “Menudos granjeros”, “Vidas Únicas”, “Gente extraordinaria”, “Menuda familia”, “Una cita única” y “Menuda Pareja”.

5.3 Conclusiones y recomendaciones

Resulta innegable el potencial que tiene la televisión a la hora de ofrecer una visión normalizada de las personas con discapacidad. De ahí radica la importancia de que los medios de comunicación proyecten y contribuyan a construir una imagen respetuosa, ajustada y positiva de este colectivo, huyendo de estereotipos.

En los últimos años, se ha venido constatando un significativo avance en la implicación de los prestadores de servicios audiovisuales respecto a la normalización de la imagen de las personas con discapacidad.

El examen de la programación que se viene efectuando anualmente refleja que la mayor parte de los prestadores, con mayor incidencia en los grandes grupos mediáticos, ha venido incluyendo reportajes y entrevistas relacionadas con la discapacidad en sus servicios informativos, magazines y programas de actualidad.

Pero el avance más significativo lo encontramos en la incorporación, en programas de entretenimiento, deportivos, actualidad y ficción, de personas con discapacidad como protagonistas activos, en los que se les muestra dentro de una realidad cotidiana como tertulianos, deportistas, reporteros, concursantes o protagonistas de una serie de ficción.

Sin embargo, pese a estos avances, resulta innegable que aún nos encontramos muy lejos de alcanzar el objetivo de proporcionalidad al que se refiere la LGCA respecto a la presencia de personas con discapacidad en los medios.

Alcanzar con éxito el grado de proporcionalidad deseado, dependerá del compromiso y de la estrecha colaboración de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. Es por ello, que esta Comisión recuerda a todos los prestadores de servicios, tanto lineales como a petición, 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 (90%)

Mes \ Canal	LA1	LA2	CLAN	24H	TDP
Enero	93,5%	94,2%	99,7%	94,4%	93,7%
Febrero	93,1%	92,6%	99,8%	94,2%	92,4%
Marzo	91,7%	93,3%	99,8%	93,0%	94,3%
Abril	93,3%	93,4%	99,8%	93,0%	93,6%
Mayo	93,5%	93,8%	99,3%	94,0%	95,4%
Junio	92,4%	92,9%	99,4%	94,8%	92,7%
Julio	90,9%	92,9%	98,8%	94,9%	94,8%
Agosto	91,8%	93,3%	99,5%	92,3%	90,2%
Septiembre	92,0%	94,1%	98,9%	93,9%	89,2%
Octubre	91,7%	93,8%	99,2%	94,5%	92,5%
Noviembre	91,6%	93,4%	98,3%	96,5%	93,6%
Diciembre	91,1%	92,9%	99,4%	93,1%	90,8%
Media anual	92,2%	93,4%	99,3%	94,1%	92,8%

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%								
Informativos	2.774	35,5%	131	1,7%			7.441	91,8%		
Culturales/ Educativos	230	2,9%	5.240	66,4%			289	3,6%		
Entretenimiento	2.488	31,8%	1.185	15,0%	76	0,9%	87	1,1%	1	0,0%
Cobertura institucional	87	1,1%					235	2,9%		
Ficción	2.164	27,7%	1.236	15,7%	989	11,6%				
Deportes	75	1,0%	9	0,1%			11	0,1%	7.900	100%
Infantil/Juvenil					7.428	87,4%	3	0,0%		
Otros	1	0,0%	88	1,1%	6	0,1%	38	0,5%		
Total	7.819	100%	7.889	100%	8.499	100%	8.105	100%	7.901	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Franja \ Canal	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%								
Despertador (7.00-9.00)	644	8,2%	597	7,6%	733	8,6%	613	7,6%	650	8,2%
Mañana (9.00-13.00)	1.264	16,2%	1.539	19,5%	1.422	16,7%	1.370	16,9%	1.393	17,6%
Access sobremesa (13.00-15.00)	483	6,2%	624	7,9%	695	8,2%	667	8,2%	685	8,7%
Sobremesa (15.00-18.00)	1.127	14,4%	942	11,9%	1.076	12,7%	961	11,9%	958	12,1%
Tarde (18.00-20.00)	690	8,8%	739	9,4%	719	8,5%	685	8,5%	627	7,9%
Access prime time (20.00-21.00)	207	2,6%	376	4,8%	367	4,3%	429	5,3%	389	4,9%
Prime-time (21.00- 24.00)	1.325	16,9%	1.045	13,2%	1.146	13,5%	966	11,9%	964	12,2%
Late Night (24.00-2.00)	632	8,1%	665	8,4%	780	9,2%	755	9,3%	715	9,0%
Madrugada (2.00-7.00)	1.448	18,5%	1.362	17,3%	1.560	18,4%	1.658	20,5%	1.520	19,2%
Total	7.819	100%	7.889	100%	8.499	100%	8.105	100%	7.901	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN (40 horas/mes)

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes \ Canal	LA1	LA2	CLAN	24H	TDP
Enero	91,43	57,30	137,14	0	0
Febrero	81,29	77,55	105,92	0	0
Marzo	96,86	78,35	104,98	0	0
Abril	105,31	58,16	135,00	0	0
Mayo	106,17	67,50	139,57	0	0
Junio	103,98	80,86	108,37	0	0
Julio	101,27	78,52	95,37	0	0
Agosto	88,30	74,79	100,08	0	0
Septiembre	124,25	68,09	174,48	0	0
Octubre	115,20	112,59	185,53	0	0
Noviembre	85,34	134,66	135,36	0	0
Diciembre	84,59	117,18	97,90	0	0
Media anual	98,67	83,79	126,64	0	0

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos										
Culturales/ Educativos	30	2,6%	664	66,1%						
Entretenimiento	539	45,5%	12	1,2%	9	0,6%				
Ficción	615	52,0%	330	32,8%	878	57,7%				
Deportes										
Infantil/Juvenil					633	41,7%				
Otros										
Total	1.184	100%	1.006	100%	1.520	100%				

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Franja \ Canal	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	13	1,1%	134	13,3%	91	6%				
Mañana (9.00-13.00)	169	14,3%	49	4,9%	226	14,9%				
Access sobremesa (13.00-15.00)	131	11,0%	120	11,9%	15	1,0%				
Sobremesa (15.00-18.00)	451	38,1%	194	19,2%	108	7,1%				
Tarde (18.00-20.00)	13	1,1%	55	5,5%	68	4,5%				
Access prime time (20.00-21.00)		0,0%	26	2,6%	5	0,3%				
Prime-time (21.00- 24.00)	307	25,9%	344	34,2%	73	4,8%				
Late Night (24.00-2.00)	97	8,2%	25	2,5%	526	34,6%				
Madrugada (2.00-7.00)	4	0,3%	59	5,9%	407	26,8%				
Total	1.184	100%	1.006	100%	1.520	100%				

3. LENGUA DE SIGNOS (40 horas/mes)

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes \ Canal	LA1	LA2	CLAN	24H	TDP
Enero	0	2,1	0	27,4	0
Febrero	0,5	2,0	0	27,6	0
Marzo	1,0	2,0	0	70,8	0
Abril	0,7	1,9	0	76,2	0
Mayo	1,7	1,9	11,1	76,7	0
Junio	2,0	2,0	20,3	69,7	0
Julio	1,9	2,4	21,3	64,4	0
Agosto	0	0	44,1	70,6	0
Septiembre	1,5	2,0	29,9	65,9	0
Octubre	1,5	2,0	28,4	95,4	0
Noviembre	2,0	2,0	35,5	103,3	0
Diciembre	1,7	2,0	33,6	90,6	1,5
Media anual	1,22	1,86	18,69	69,88	0,12

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos							804	95,9%		
Culturales/ Educativos	15	100%	22	100%			22	2,6%		
Entretenimiento										
Cobertura institucional							13	1,5%		
Ficción										
Deportes									1,5	100%
Infantil/Juvenil					224	100%				
Otros										
Total	15	100%	22	100%	224	100%	839	100%	1,5	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Franja \ Canal	LA1		LA2		CLAN		24H		TDP	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)			19	84,5%	2	0,8%	45	5,4%		
Mañana (9.00-13.00)			3	15,5%			25	3,0%	0,75	51,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)							178	21,2%		
Sobremesa (15.00-18.00)							148	17,7%		
Tarde (18.00-20.00)							5	0,6%		
Access prime time (20.00-21.00)							33	3,9%		
Prime-time (21.00- 24.00)							33	3,9%		
Late Night (24.00-2.00)							0,4	0,1%		
Madrugada (2.00-7.00)	15	100%			222	99,2%	371	44,2%	0,71	48,8%
Total	15	100%	22	100%	224	100%	839	100%	1,46	100%

ANEXO 2: DATOS ATRESMEDIA

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018 (75%)

Mes	Canal	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
		%		%		%		%		%		%	
Enero		89,2%		87,8%		83,5%		90,2%		45%	93,8%	45%	95,6%
Febrero		94,8%		89,9%		91,1%		89%		45%	95,0%	45%	92,4%
Marzo		94,6%		89,2%		92,3%		89,8%		45%	95,5%	45%	90,2%
Abril		96,6%		89,1%		91,4%		89,9%		45%	92,1%	45%	92,4%
Mayo		96,2%		89,9%		92,0%		89,1%		45%	94,1%	45%	95,2%
Junio		95,1%		89,9%		91,1%		89,7%		45%	98,8%	45%	99,3%
Julio		92,7%		90,2%		92,4%		89,5%		65%	95,7%	45%	99,3%
Agosto		93,6%		92,1%		92%		89,4%		65%	98,2%	45%	99,1%
Septiembre		93,0%		92,4%		89,8%		89,7%		65%	97,6%	45%	99,2%
Octubre		92,2%		93,1%		90,8%		89,6%		65%	93,6%	45%	97,9%
Noviembre		92,9%		91,3%		89,5%		85,1%		65%	96,7%	45%	95,7%
Diciembre		91,1%		90,3%		88,5%		88,9%		65%	98,0%	65%	95,6%
Media anual		93,5%		90,4%		90,4%		89,2%		95,8%		96%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Canal	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%										
Informativos	1.075	15,2%	728	10,7%			108	1,6%				
Culturales/ Educativos	956	13,5%	1.096	16,1%	534	7,8%	422	6,1%	21	0,3%		
Entretenim	2.950	41,8%	3.923	57,7%	324	4,7%	734	10,7%	1.247	17,2%	240	3,3%
Ficción	2.057	29,1%	1.034	15,2%	5.995	87,5%	5.607	81,6%	4.978	68,6%	7.047	96,7%
Deportes	21	0,3%	23	0,3%					1.009	13,9%		
Infantil												
Otros												
Total	7.059	100%	6.804	100%	6.853	100%	6.871	100%	7.254	100%	7.287	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Canal	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%										
Despertador (7.00-9.00)	1.031	14,6%	767	11,3%	822	12,0%	763	11,1%	749	10,3%	980	13,4%
Mañana (9.00-13.00)	925	13,1%	1.138	16,7%	1.158	16,9%	925	13,5%	1.182	16,3%	1.188	16,3%
Access sobremesa (13.00-15.00)	658	9,3%	689	10,1%	579	8,5%	605	8,8%	666	9,2%	663	9,1%
Sobremesa (15.00-18.00)	956	13,5%	780	11,5%	852	12,4%	948	13,8%	906	12,5%	874	12,0%
Tarde (18.00-20.00)	437	6,2%	569	8,4%	586	8,5%	523	7,6%	519	7,2%	523	7,2%
Access prime time (20.00-21.00)	301	4,3%	297	4,4%	304	4,4%	364	5,3%	316	4,4%	407	5,6%
Prime-time (21.00- 24.00)	815	11,6%	846	12,4%	835	12,2%	873	12,7%	804	11,1%	745	10,2%
Late Night (24.00-2.00)	692	9,8%	657	9,7%	670	9,8%	742	10,8%	759	10,5%	694	9,5%
Madrugada (2.00-7.00)	1.243	17,6%	1.060	15,6%	1.048	15,3%	1.128	16,4%	1.352	18,6%	1.212	16,6%
Total	7.059	100%	6.804	100%	6.853	100%	6.871	100%	7.254	100%	7.287	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas (8 horas/mes)

Canal Mes	A3	SEXTA	NEOX	NOVA	MEGA		A3S	
Enero	9,8	15,1	49,3	31,8	4	12,9	4	74
Febrero	14,6	13,2	35,3	19,1	4	16,6	4	24,7
Marzo	14,0	15	50,8	31,4	4	20,4	4	29,6
Abril	12,6	11,2	55,3	46,7	4	15,0	4	42,0
Mayo	11,5	11,8	50,2	18,8	4	15,4	4	34,4
Junio	13,0	13,5	40,6	44,4	4	10,6	4	52,7
Julio	13,9	12,6	41,3	41	6	12,9	4	47,8
Agosto	10,2	12,3	47,8	53,6	6	10,5	4	44,5
Septiembre	13,2	10,3	54,9	34,8	6	12	4	36,5
Octubre	11,7	10,5	56,7	17	6	8,5	4	23,9
Noviembre	10,6	10,3	55,5	16,7	6	9,6	4	19,5
Diciembre	14,1	15,7	60,4	21,4	6	10,2	6	26,2
Media anual	12,4	12,6	49,8	31,4	12,9		38	

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												
Entretenimiento	114	76,5%	114	75,5%	192	32,2%			2	1,3%		
Ficción	35	23,5%	37	24,5%	406	67,8%	377	100%	153	98,7%	456	100%
Deportes												
Infantil/ Juvenil												
Otros												
Total	149	100%	152	100%	598	100%	377	100%	155	100%	456	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Canal Género	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%										
Despertador (7.00-9.00)	105	70,6%	96	63,4%	19	3,2%	91	24 %	6	4,1%	96	21,1%
Mañana (9.00-13.00)			42	27,7%	29	4,9%						
Access sobremesa (13.00-15.00)	31	20,7%			270	45,1%	5	1,3%			1	0,3%
Sobremesa (15.00-18.00)					31	5,2%	8	2 %			9	2 %
Tarde (18.00-20.00)					32	5,3%	7	1,8%				
Access prime time (20.00-21.00)					1	0,1%	3	0,9%			144	31,7%
Prime-time (21.00- 24.00)	2	1,6%			14	2,3%	62	16,6%			39	8,5%
Late Night (24.00-2.00)	2	1,2%			9	1,5%	52	13,7%			7	1,5%
Madrugada (2.00-7.00)	9	5,9%	13	8,8%	193	32,3%	150	39,7%	148	95,9%	159	34,9%
Total	149	100%	152	100%	598	100%	377	100%	155	100%	456	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas (8 horas/mes)

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

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Canal Género	A3		SEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		A3S	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos	114	100%					108	48,8%				
Culturales/ Educativos												
Entretenim			114	75,5%	193	100%						
Ficción			37	24,5%			113	51,2%	153	100%	252	100%
Deportes												
Infantil/ Juvenil												
Otros												
Total	114	100%	152	100%	193	100%	221	100%	153	100%	252	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)	53	46,8%	96	63,4%			110	49,6%	6	4,2%	93	36,8%
Mañana (9.00-13.00)			42	27,7%								
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)							1	0,5%				
Madrugada (2.00-7.00)	61	53,2%	13	8,8%	193	100%	111	49,9%	146	95,8%	159	63,1%
Total	114	100%	152	100%	193	100%	221	100%	153	100%	252	100%

ANEXO 3: DATOS MEDIASET

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018 (75%)²⁷

Canal	T5	FDF	CUATRO	BOING	DIVINITY	ENERGY	BE MAD	
Enero	90,7%	87,5%	85,9%	81,1%	79,1%	85,4%	65%	88,6%
Febrero	89,4%	88,2%	85,5%	80,6%	75,5%	84,4%	65%	87,9%
Marzo	91,5%	88,4%	86,8%	78,4%	81,4%	88,5%	65%	93,5%
Abril	93%	91%	86,8%	81,9%	80,4%	87,4%	65%	88,1%
Mayo	89,7%	89,7%	85,7%	80,2%	80,3%	91,7%	65%	80,6%
Junio	80%	89,2%	86,4%	81,4%	80,9%	89,8%	65%	75,4%
Julio	79,3%	84,3%	86,1%	83%	84,5%	89,1%	65%	81,4%
Agosto	81,2%	86%	85,7%	83,8%	82,7%	88,4%	65%	83,1%
Septiembre	81%	86%	84,8%	81,9%	81%	91,1%	65%	79,6%
Octubre	84,6%	87,2%	86,1%	80,4%	73,2%	91,7%	65%	75,5%
Noviembre	93,6%	87,8%	85,3%	79,5%	-	-	65%	82,1%
Diciembre	94%	88,2%	86,9%	81,3%	-	-	65%	86%
Media anual	87,3%	87,8%	86%	81,1%	78,1%	89,1%	83,5%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Canal	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos	1.072	16,8%			729	12,6%								
Culturales	2	0%			1	0%							7	0,1%
Entretenim	4.104	64,2%	127	2,2%	2.783	47,9%	80	1,3%	1.310	23%	223	3,4%	6.008	97,1%
Ficción	358	5,6%	5.535	97,8%	2.182	37,6%	480	7,6%	4.375	76,8%	6.299	96,4%	73	1,2%
Deportes	96	1,5%			109	1,9%							100	1,6%
Infantil							5.784	91,2%						
Otros	766	12%			1	0%			13	0,2%	9	0,1%		
Total	6.397	100%	5.662	100%	5.805	100%	6.344	100%	5.697	100%	6.531	100%	6.188	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Canal	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	1.225	19,1%	428	7,6%	608	10,5%	390	6,1%	211	3,7%	452	6,9%	583	9,4%
Mañana (9.00-13.00)	303	4,7%	1.116	19,7%	1.274	21,9%	978	15,4%	1.116	19,6%	1.146	17,6%	755	12,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)	398	6,2%	738	13%	519	8,9%	556	8,8%	490	8,6%	551	8,4%	403	6,5%
Sobremesa (15.00-18.00)	1.390	21,7%	687	12,1%	816	14,1%	800	12,6%	904	15,9%	821	12,6%	786	12,7%
Tarde (18.00-20.00)	87	1,4%	474	8,4%	474	8,2%	467	7,4%	477	8,4%	494	7,6%	500	8,1%
Access prime time (20.00-21.00)	249	3,9%	558	9,9%	284	4,9%	303	4,8%	236	4,1%	337	5,2%	281	4,5%
Prime-time (21.00- 24.00)	1.151	18%	639	11,3%	914	15,7%	896	14,1%	850	14,9%	862	13,2%	795	12,8%
Late Night (24.00-2.00)	180	2,8%	548	9,7%	560	9,6%	649	10,2%	572	10%	534	8,2%	530	8,6%
Madrugada (2.00-7.00)	1.414	22,1%	472	8,3%	357	6,1%	1.304	20,6%	842	14,8%	1.334	20,4%	1.554	25,1%
Total	6.397	100%	5.662	100%	5.805	100%	6.344	100%	5.697	100%	6.531	100%	6.188	100%

²⁷ Las cadenas Divinity y Energy reflejan los datos monitorizados por el CESyA

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas (8 horas/mes)

Mes \ Canal	T5	FDF	CUATRO	BOING	DIVINITY	ENERGY	BE MAD	
Enero	8,8	89,5	47,3	11,3	13,4	20,1	6	10,9
Febrero	8,8	81,6	45,3	10,2	14,2	22,2	6	7,8
Marzo	9,9	46,7	54,5	11,3	10,6	21,5	6	13,9
Abril	9,8	99	45,8	10,9	13	18,9	6	10
Mayo	8,8	92	45,7	11,3	10,6	18,3	6	7,8
Junio	11	74,4	44,8	11	11,7	13,4	6	9,5
Julio	8,8	72,3	50,5	11,3	12,3	14,1	6	10
Agosto	8,7	80,9	54,6	11,3	12,5	22,4	6	14,2
Septiembre	11	47,8	45,9	11	12	18,4	6	16,5
Octubre	8,8	98,4	32,9	11,3	11,7	17,2	6	23,2
Noviembre	8,7	93,4	35,2	10,9	12,4	17,6	6	23,2
Diciembre	12	64,5	34,1	11,3	11,4	18,2	6	32,1
Media anual	9,6	78,4	44,7	11,1	12,2	18,6	14,9	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Informativos														
Culturales														
Entretenim	115	100%	126	13,3%	536	100%			146	100%	222	100%	179	100%
Ficción			815	86,7%										
Deportes														
Infantil/ Juvenil							133	100%						
Otros														
Total	115	100%	941	100%	536	100%	133	100%	146	100%	222	100%	179	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Franja \ Canal	T5		FDF		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	11	9,5%	126	13,3%	335	62,4%			96	66,1%	37	16,6%	96	53,5%
Mañana (9.00-13.00)			17	1,8%	51	9,5%			21	14,6%				
Access sobremesa (13.00-15.00)			302	32,1%										
Sobremesa (15.00-18.00)			32	3,4%										
Tarde (18.00-20.00)			3	0,3%										
Access prime time (20.00-21.00)														
Prime-time (21.00- 24.00)			4	0,4%										
Late Night (24.00-2.00)			132	14 %										
Madrugada (2.00-7.00)	104	90,5%	325	34,6%	151	28,2%	133	100%	28	19,3%	185	83,4%	83	46,5%
Total	115	100%	941	100%	536	100%	133	100%	146	100%	222	100%	179	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas (8 horas/mes)

Mes \ Canal	T5	FDI	CUATRO	BOING	DIVINITY	ENERGY	BE MAD	
Enero	9	11	47	11	13	20	6	11
Febrero	9	10	45	10	14	22	6	8
Marzo	10	11	54	11	11	21	6	14
Abril	10	10	46	11	13	19	6	10
Mayo	9	11	46	11	11	18	6	8
Junio	11	10	45	11	12	13	6	10
Julio	9	11	51	11	12	14	6	10
Agosto	9	11	55	11	13	22	6	14
Septiembre	11	10	46	11	12	18	6	16
Octubre	9	12	33	11	12	17	6	23
Noviembre	9	10	35	11	12	18	6	23
Diciembre	12	8	34	11	11	18	6	32
Media anual	10	10	45	11	12	19	15	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	T5		FDI		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%												
Informativos														
Culturales/ Educativos														
Entretenim														
Ficción	115	100%	126	100%	536	100%			146	100%	222	100%	179	100%
Deportes														
Infantil/ Juvenil							133	100%						
Otros														
Total	115	100%	126	100%	536	100%	133	100%	146	100%	222	100%	179	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Franja \ Canal	T5		FDI		CUATRO		BOING		DIVINITY		ENERGY		BE MAD	
	Horas	%												
Despertador (7.00-9.00)	11	9,5%	126	100%	335	62,4%			96	66,1%	37	16,6%	96	53,5%
Mañana (9.00-13.00)					51	9,5%			21	14,6%				
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)	104	90,5%			151	28,2%	133	100%	28	19,3%	185	83,4%	83	46,5%
Total	115	100%	126	100%	536	100%	133	100%	146	100%	222	100%	179	100%

ANEXO 4: DATOS NET TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018 (75%)²⁸

Mes \ Canal	DISNEY	PARAMOUNT
Enero	92,6%	76,7%
Febrero	92,7%	73,5%
Marzo	92,2%	76,8%
Abril	86,8%	78,9%
Mayo	88,1%	75%
Junio	88,7%	75,7%
Julio	90,6%	75%
Agosto	91 %	70%
Septiembre	91,5%	68,5%
Octubre	86,7%	68,2%
Noviembre	88,6%	-
Diciembre	87,7%	-
Media anual	90,5%	73,8%

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Informativos				
Culturales/Educativos				
Entretenimiento	1.924	28,1%		
Ficción	4.911	71,9%	5.370	100%
Deportes				
Infantil/Juvenil				
Otros				
Total	6.835	100%	5.370	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	536	7,8%		
Mañana (9.00-13.00)	1.071	15,7%	810	15,1%
Access sobremesa (13.00-15.00)	536	7,8%	475	8,8%
Sobremesa (15.00-18.00)	851	12,4%	773	14,4%
Tarde (18.00-20.00)	567	8,3%	510	9,5%
Access prime time (20.00-21.00)	284	4,1%	258	4,8%
Prime-time (21.00- 24.00)	870	12,7%	740	13,8%
Late Night (24.00-2.00)	599	8,8%	504	9,4%
Madrugada (2.00-7.00)	1.523	22,3%	1.301	24,2%
Total	6.835	100%	5.370	100%

²⁸ La cadena Paramount refleja los datos monitorizados por el CESyA.

2. AUDIODESCRIPCIÓN²⁹

2.1 Horas/mensuales audiodescritas (8 horas/mensuales)

Mes \ Canal	DISNEY	PARAMOUNT
Enero	41,9	10,3
Febrero	36,9	8,3
Marzo	44,3	8,3
Abril	34,9	8,3
Mayo	34,2	10,4
Junio	34,2	8,3
Julio	63,9	10,3
Agosto	59,5	8,3
Septiembre	30,3	8,3
Octubre	-	10,3
Noviembre	-	8,3
Diciembre	-	8,3
Media anual	31,6	9

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Informativos				
Culturales/Educativos			107,6	100%
Entretenimiento	410,8	95%		
Ficción	21,6	5%		
Deportes				
Infantil/Juvenil				
Otros				
Total	432,4	100%	107,6	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)	87,3	20,2%		
Access sobremesa (13.00-15.00)	4,2	1%		
Sobremesa (15.00-18.00)	94	21,7%		
Tarde (18.00-20.00)	37,8	8,7%		
Access prime time (20.00-21.00)	11,8	2,7%		
Prime-time (21.00- 24.00)	2,5	0,6%		
Late Night (24.00-2.00)	20,2	4,7%		
Madrugada (2.00-7.00)	174,6	40,4%	107,6	100%
Total	432,4	100%	107,6	100%

²⁹ Los datos mostrados son los facilitados por el canal Disney. No obstante, dadas la divergencias detectadas con los datos recogidos por el CESyA, no se han tenido en cuenta de cara al presente informe los datos comprendidos entre el mes de octubre y diciembre.

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas (8 horas/mensuales)

Mes \ Canal	DISNEY	PARAMOUNT
Enero	11,9	10,3
Febrero	10,7	8,3
Marzo	11,9	8,3
Abril	11,5	8,3
Mayo	11,9	10,4
Junio	11,5	8,3
Julio	11,9	10,3
Agosto	11,9	8,3
Septiembre	11,5	8,3
Octubre	11,9	10,3
Noviembre	11,5	8,3
Diciembre	11,9	8,3
Media anual	11,7	9

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Informativos				
Culturales/Educativos			107,6	100%
Entretenimiento				
Ficción	140,1	100%		
Deportes				
Infantil/Juvenil				
Otros				
Total	140,1	100%	107,6	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	DISNEY		PARAMOUNT	
	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	140,1	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)			107,6	100%
Total	140,1	100%	107,6	100%

ANEXO 5: DATOS VEO TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018 (75%)

Mes	Canal	DMAX	GOL ³⁰	
Enero		79,1%	25%	17%
Febrero		59,5%	25%	25%
Marzo		77,8%	25%	30%
Abril		79,3%	25%	25%
Mayo		76,5%	25%	24%
Junio		77,4%	45%	45%
Julio		82,5%	45%	41%
Agosto		84,6%	45%	54%
Septiembre		85%	45%	43%
Octubre		84,8%	45%	42%
Noviembre		78,3%	45%	55%
Diciembre		80,6%	45%	42%
Media anual		79,9%	36,5%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Informativos				769	29,2%
Culturales/Educativos		2.314	40,2%		
Entretenimiento		3.285	57,1%	548	20,8%
Ficción		151	2,6%		
Deportes				1.318	50%
Infantil/Juvenil					
Otros					
Total		5.750	100%	2.635	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		516	9%		
Mañana (9.00-13.00)		1.184	20,6%	110	4,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)		441	7,7%	439	16,7%
Sobremesa (15.00-18.00)		307	5,3%	659	25%
Tarde (18.00-20.00)		712	12,4%	439	16,7%
Access prime time (20.00-21.00)		223	3,9%	220	8,3%
Prime-time (21.00- 24.00)		517	9%	659	25%
Late Night (24.00-2.00)		297	5,2%	110	4,2%
Madrugada (2.00-7.00)		1.554	27%		
Total		5.750	100%	2.635	100%

³⁰ El canal Gol TV empezó a emitir el 1 de junio de 2016.

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes \ Canal	DMAX	GOL	
Enero	13,2	2	2,6
Febrero	8,1	2	2,7
Marzo	11,8	2	3,7
Abril	13,2	2	4,4
Mayo	14	2	3,6
Junio	13,2	4	4,3
Julio	22,8	4	5,5
Agosto	22,8	4	7
Septiembre	20,5	4	7,6
Octubre	24,2	4	5,4
Noviembre	19,1	4	6,1
Diciembre	23,4	4	5,4
Media anual	17,2	4,9	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	DMAX		GOL	
	Horas	%	Horas	%
Informativos				
Culturales/Educativos	117,2	56,8%		
Entretenimiento	89,1	43,2%		
Ficción				
Deportes			58	100%
Infantil/Juvenil				
Otros				
Total	206,3	100%	58	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	DMAX		GOL	
	Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	56,3	27,3%		
Mañana (9.00-13.00)	89,9	43,6%		
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)			58	100%
Madrugada (2.00-7.00)	60,2	29,2%		
Total	206,3	100%	58	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Enero		13,2		2	5,2
Febrero		8,1		2	5,8
Marzo		11,8		2	6,5
Abril		13,2		2	5,6
Mayo		14		2	5,7
Junio		13,2		4	9,4
Julio		22,8		4	7,4
Agosto		22,8		4	6
Septiembre		20,5		4	5,5
Octubre		24,2		4	7,4
Noviembre		19,1		4	11,2
Diciembre		23,4		4	6,3
Media anual		17,2		6,8	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Informativos					
Culturales/Educativos		117,2	56,8%		
Entretenimiento		89,1	43,2%	41	50%
Ficción					
Deportes				41	50%
Infantil/Juvenil					
Otros					
Total		206,3	100%	82	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DMAX		GOL	
		Horas	%	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		56,3	27,3%		
Mañana (9.00-13.00)		89,9	43,6%	41	50%
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)				41	50%
Late Night (24.00-2.00)					
Madrugada (2.00-7.00)		60,1	29,1%		
Total		206,3	100%	82	100%

ANEXO 6: DATOS 13TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018 (75%)

Mes \ Canal	13TV
Enero	73,8%
Febrero	79,5%
Marzo	76,6%
Abril	78,3%
Mayo	77,9%
Junio	75 %
Julio	79,8%
Agosto	77%
Septiembre	75,1%
Octubre	77,9%
Noviembre	75,4%
Diciembre	77,5%
Media anual	76,7%

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	13TV	
	Horas	%
Informativos	100	1,6%
Culturales/Educativos	110	1,8%
Entretenimiento	304	4,9%
Ficción	3.767	60,1%
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros	1.985	31,7%
Total	6.266	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	13TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	96	1,5%
Mañana (9.00-13.00)	935	14,9%
Access sobremesa (13.00-15.00)	581	9,3%
Sobremesa (15.00-18.00)	760	12,1%
Tarde (18.00-20.00)	537	8,6%
Access prime time (20.00-21.00)	510	8,1%
Prime-time (21.00- 24.00)	461	7,4%
Late Night (24.00-2.00)	515	8,2%
Madrugada (2.00-7.00)	1.873	29,9%
Total	6.266	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas (8 horas/semanales)

Mes \ Canal	13TV
Enero	11,4
Febrero	9,7
Marzo	11
Abril	10,4
Mayo	10,2
Junio	10,3
Julio	8,1
Agosto	10,6
Septiembre	10,4
Octubre	11,9
Noviembre	8,9
Diciembre	8
Media anual	10,1

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a género programático

Género \ Canal	13TV	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos		
Entretenimiento	115,5	95,5%
Ficción	5,5	4,5%
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	121	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	13TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	1	0,8%
Mañana (9.00-13.00)	59	48,8%
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)	2	1,7%
Madrugada (2.00-7.00)	59	48,8%
Total	121	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas (8 horas/semanales)

Mes \ Canal	13TV
Enero	11,4
Febrero	9,7
Marzo	11
Abril	10,4
Mayo	10,2
Junio	10,3
Julio	8,1
Agosto	10,6
Septiembre	10,4
Octubre	11,9
Noviembre	8,9
Diciembre	8
Media anual	9,5

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	13TV	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos		
Entretenimiento	113	99%
Ficción		
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros	1	1%
Total	114	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	13TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	1,4	1,3%
Mañana (9.00-13.00)	58,3	50,9%
Access sobremesa (13.00-15.00)	0,3	0,2%
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)	1,2	1%
Madrugada (2.00-7.00)	53,3	46,6%
Total	114	100%

ANEXO 7: DATOS DKISS

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal	
	DKISS	
Enero	25%	57,4%
Febrero	25%	54,6%
Marzo	25%	52,3%
Abril	25%	50,6%
Mayo	45%	45%
Junio	45%	44,9%
Julio	45%	44,9%
Agosto	45%	49,4%
Septiembre	45%	49,3%
Octubre	45%	50,1%
Noviembre	45%	45,7%
Diciembre	45%	44,6%
Media anual	49,1%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	
	DKISS	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos		
Entretenimiento	3.632	100%
Ficción		
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	3.632	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	
	DKISS	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	642	17,7%
Mañana (9.00-13.00)	661	18,2%
Access sobremesa (13.00-15.00)	307	8,5%
Sobremesa (15.00-18.00)	300	8,3%
Tarde (18.00-20.00)	183	5,1%
Access prime time (20.00-21.00)	91	2,5%
Prime-time (21.00- 24.00)	127	3,5%
Late Night (24.00-2.00)	152	4,2%
Madrugada (2.00-7.00)	1.169	32,2%
Total	3.632	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN³¹

2.1 Horas/mensuales audiodescritas (8 horas/semanales)

Mes	Canal	DKISS	
Enero		2	9
Febrero		2	9
Marzo		2	11
Abril		2	7
Mayo		4	7
Junio		4	11
Julio		4	11
Agosto		4	9
Septiembre		4	11
Octubre		4	9
Noviembre		4	9
Diciembre		4	10
Media anual		9	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento		112,2	100%
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		112,2	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		96,9	86,4%
Mañana (9.00-13.00)		6,6	5,8%
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)		8,8	7,8%
Total		112,2	100%

³¹ Los datos mostrados son los facilitados por el canal Dkiss. No obstante, dadas la divergencias detectadas con los datos recogidos por el CESyA, no se han tenido en cuenta de cara al presente informe.

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas (8 horas/semanales)

Canal Mes	DKISS	
Enero	2	8,7
Febrero	2	8,8
Marzo	2	10,9
Abril	2	7,3
Mayo	4	6,6
Junio	4	10,9
Julio	4	10,9
Agosto	4	8,7
Septiembre	4	10,9
Octubre	4	8,7
Noviembre	4	9,5
Diciembre	4	10,2
Media anual	9,4	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento		112,2	100%
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		112,2	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	DKISS	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)		96,9	86,4%
Mañana (9.00-13.00)		6,6	5,8%
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)		8,8	7,8%
Total		112,2	100%

ANEXO 8: DATOS REAL MADRID TV

1. SUBTITULACIÓN

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal	
	REAL MADRID TV	
Enero	25%	40%
Febrero	25%	37,5%
Marzo	25%	47,9%
Abril	25%	53,3%
Mayo	45%	69,6%
Junio	45%	82,1%
Julio	45%	79,7%
Agosto	45%	81,9%
Septiembre	45%	78,3%
Octubre	45%	81%
Noviembre	45%	77%
Diciembre	45%	81,2%
Media anual	67,5%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	
	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Informativos	333	5,6%
Culturales/Educativos	363	6,1%
Entretenimiento	2.065	34,9%
Ficción	226	3,8%
Deportes	2.919	49,3%
Infantil/Juvenil		
Otros	11	0,2%
Total	5.917	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	
	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	492	8,3%
Mañana (9.00-13.00)	1.294	21,9%
Access sobremesa (13.00-15.00)	483	8,2%
Sobremesa (15.00-18.00)	876	14,8%
Tarde (18.00-20.00)	155	2,6%
Access prime time (20.00-21.00)	246	4,2%
Prime-time (21.00- 24.00)	740	12,5%
Late Night (24.00-2.00)	389	6,6%
Madrugada (2.00-7.00)	1.242	21%
Total	5.917	100%

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas (8 horas/semanales)

Mes \ Canal	REAL MADRID TV	
Enero	2	11
Febrero	2	15
Marzo	2	20
Abril	2	22
Mayo	4	20
Junio	4	27
Julio	4	28
Agosto	4	26
Septiembre	4	20
Octubre	4	26
Noviembre	4	22
Diciembre	4	19
Media anual	21,3	

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género \ Canal	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos	233	91%
Entretenimiento	23	9%
Ficción		
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	256	100%

2.3 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a franjas horarias

Género \ Canal	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	2	0,8%
Mañana (9.00-13.00)	1	0,4%
Access sobremesa (13.00-15.00)		
Sobremesa (15.00-18.00)	1	0,4%
Tarde (18.00-20.00)		
Access prime time (20.00-21.00)		
Prime-time (21.00- 24.00)	60,5	23,8%
Late Night (24.00-2.00)	0,5	0,1%
Madrugada (2.00-7.00)	191	74,5%
Total	256	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas (8 horas/semanales)

Mes	Canal	
	REAL MADRID TV	
Enero	2	8
Febrero	2	12
Marzo	2	12
Abril	2	14
Mayo	4	15
Junio	4	21
Julio	4	18
Agosto	4	21
Septiembre	4	16
Octubre	4	21
Noviembre	4	19
Diciembre	4	18
Media anual	16,3	

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	
	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Informativos		
Culturales/Educativos	195	100%
Entretenimiento		
Ficción		
Deportes		
Infantil/Juvenil		
Otros		
Total	195	100%

3.3 Horas/mensuales signadas atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	
	REAL MADRID TV	
	Horas	%
Despertador (7.00-9.00)	1	0,5%
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)	1	0,5
Madrugada (2.00-7.00)	193	99%
Total	195	100%

ANEXO 9: DATOS TEN MEDIA

1. SUBTITULACIÓN³²

1.1 Datos mensuales alcanzados en 2018

Mes	Canal	TEN MEDIA	
Enero		25%	22,3%
Febrero		25%	19,1%
Marzo		25%	22,8%
Abril		25%	25,9%
Mayo		45%	28%
Junio		45%	38,5%
Julio		45%	31,5%
Agosto		45%	37,5%
Septiembre		45%	33,6%
Octubre		45%	30,6%
Noviembre		45%	-
Diciembre		45%	-
Media anual		29%	

1.2 Porcentaje de subtitulación atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos		46	1,7%
Entretenimiento		2.707	97,6%
Ficción			
Deportes		20	0,7%
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		2.773	100%

1.3 Porcentaje de subtitulación atendiendo a franjas horarias

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Despertador (7.00-9.00)			
Mañana (9.00-13.00)		333	12 %
Access sobremesa (13.00-15.00)		441	15,9%
Sobremesa (15.00-18.00)		530	19,1%
Tarde (18.00-20.00)		378	13,7%
Access prime time (20.00-21.00)		288	10,4%
Prime-time (21.00- 24.00)		557	20,1%
Late Night (24.00-2.00)		244	8,8%
Madrugada (2.00-7.00)			
Total		2.773	100%

³² La cadena Paramount refleja los datos de subtítulo monitorizados por el CESyA.

2. AUDIODESCRIPCIÓN

2.1 Horas/mensuales audiodescritas

Mes	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Enero		2	0
Febrero		2	0
Marzo		2	0
Abril		2	0
Mayo		4	0
Junio		4	1
Julio		4	0
Agosto		4	0
Septiembre		4	0
Octubre		4	0
Noviembre		4	0
Diciembre		4	0
Media anual			0,08

2.2 Horas/mensuales audiodescritas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento		1	100%
Ficción			
Deportes			
Infantil/Juvenil			
Otros			
Total		1	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)			
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	100%
Late Night (24.00-2.00)			
Madrugada (2.00-7.00)			
Total		1	100%

3. LENGUA DE SIGNOS

3.1 Horas/mensuales signadas

Mes	Canal	TEN MEDIA	
Enero		2	0
Febrero		2	0
Marzo		2	0
Abril		2	0
Mayo		4	0
Junio		4	0
Julio		4	0
Agosto		4	0
Septiembre		4	0
Octubre		4	0
Noviembre		4	0
Diciembre		4	0
Media anual			0

3.2 Horas/mensuales signadas atendiendo a géneros programáticos

Género	Canal	TEN MEDIA	
		Horas	%
Informativos			
Culturales/Educativos			
Entretenimiento			
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