

**PROPUESTA DEL CERMI DE MODIFICACIÓN DE LA LEY 34/1988, DE 11 DE NOVIEMBRE DE 1988, GENERAL DE PUBLICIDAD, PARA GARANTIZAR LA ACCESIBILIDAD A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD DE LAS EMISIONES PUBLICITARIAS EN SOPORTE AUDIOVISUAL**

Se propone incorporar una nueva Disposición Adicional, con el número que corresponda, a la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con la siguiente redacción:

**“Disposición Adicional XXXX. *Accesibilidad para personas con discapacidad de las emisiones publicitarias en soporte audiovisual.***

1. Las campañas publicitarias y los anuncios en soporte audiovisual que se difundan en televisiones que con arreglo a la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual hayan de incorporar en sus emisiones medidas de accesibilidad para personas con discapacidad, deberán observar la obligación de subtitular con carácter visible los mensajes locutados exigida para el resto de la programación televisiva. En la subtitulación de los mensajes publicitarios, se seguirán las normas técnicas aplicables a la materia.
2. Antes del 1 de enero de 2018, el cien por cien de las emisiones publicitarias difundidas por estas televisiones, reunirán los requisitos de accesibilidad establecidos en la legislación audiovisual aplicable.
3. Lo dispuesto en los números anteriores se entiende sin perjuicio del régimen específico de accesibilidad establecido para la publicidad institucional de la Administración General del estado, con arreglo a su normativa especial reguladora.
4. Los incumplimientos de estas obligaciones estarán sometidos a la legislación de infracciones y sanciones en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.”

**Justificación**

Tras la entrada en vigor este año 2010 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, todos los contenidos audiovisuales que difundan las televisiones sometidas a las prescripciones de esta legislación tienen que ser accesibles, incorporando medidas como la subtitulación, la emisión en lengua de signos española y la audiodescripción.

La publicidad queda excluida de esta obligación, salvo que se trate de campañas publicitarias audiovisuales de la Administración General del Estado o de productos específicos, como los medicamentos, que según su legislación especial sí deben reunir condiciones de accesibilidad (subtitulado, fundamentalmente).

El sector de la discapacidad entiende que ha llegado el momento de extender esta obligación de accesibilidad a todos los anuncios en formato audiovisual que emitan las televisiones, pues no tiene sentido establecer o no requerimientos de accesibilidad en función del carácter del material audiovisual. Todo lo que los telespectadores reciben por medio de la televisión, ha de ofrecerse en las mismas condiciones de accesibilidad, sin distinguir según sea publicidad u otro contenido informativo o de entretenimiento.

En las sociedades avanzadas, los contenidos publicitarios resultan esenciales para la información y la formación de la opinión y los criterios de compra de los telespectadores, por lo que tanto desde una perspectiva de protección de los derechos de los consumidores y usuarios como la de la no discriminación de las personas con discapacidad, han de imponerse obligaciones de accesibilidad a la publicidad audiovisual.

A pesar de los intentos desplegados desde el movimiento social de la discapacidad en los últimos años para que las empresas asumieran voluntariamente como responsabilidad social la incorporación de la accesibilidad a sus campañas, muy pocas lo han hecho, por lo que solo cabe la regulación legal de esta materia.

Marzo, 2017.

**CERMI**

[**www.cermi.es**](http://www.cermi.es)