

Guía para asegurar la **ACCESIBILIDAD** a la información y la comunicación en la **PUBLICIDAD** **INSTITUCIONAL**

de la Administración General del Estado



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO
Y AGENDA 2030



REAL
PATRONATO SOBRE
DISCAPACIDAD

En la medida en que proyectamos una **Administración pública accesible e inclusiva** para las personas sordas y sordociegas, se han de activar estrategias para adecuar los espacios y servicios de tal forma que sean accesibles en condiciones de igualdad, incluidas las campañas institucionales. Esto implica incorporar necesariamente la lengua de signos, el subtítulo y la audio-descripción.

En este sentido, el esfuerzo y la inversión de recursos implican tener en cuenta las necesidades y los derechos de la población sorda, ciega, sordociega y con discapacidad intelectual en relación con su acceso a los bienes y servicios, observando criterios de calidad y no solo de cantidad.

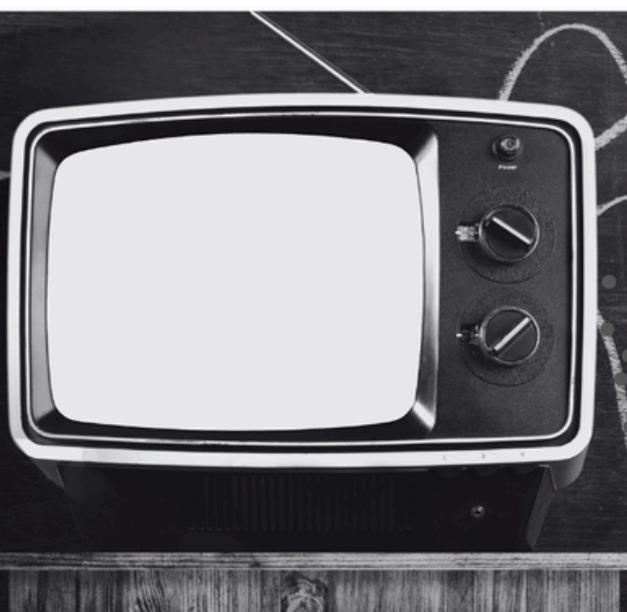
No se justifica que la publicidad institucional no sea plenamente accesible, cuando la tecnología actual lo permite sin mayores problemas. Se requiere una **acción coordinada** entre todas las esferas de la administración para garantizar que, sea cual sea el tipo de contenido o el formato, la información sea accesible a través del subtítulo, la audio-descripción, el lenguaje claro y la lengua de signos.



MARCO NORMATIVO

- La **Convención Internacional** sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y la **Ley General** de los Derechos de las Personas con Discapacidad y de su Inclusión Social (Ley 6/2022, de 31 de marzo) deben ser el acicate definitivo para conseguir que la publicidad de la AGE sea accesible al 100%.
- El artículo 5 de la **Ley 29/2005**, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, relativo a la accesibilidad a las campañas institucionales de publicidad y de comunicación, señala que se debe procurar el más completo acceso a la información a las personas con cualquier tipo de discapacidad.

- Por otra parte, la **Ley 27/2007**, de 23 de octubre, por la que se reconocen las lenguas de signos españolas y se regulan los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y sordociegas exhorta a los poderes públicos a adoptar las medidas necesarias para que las campañas de publicidad institucionales y los distintos soportes audiovisuales en los que éstas se pongan a disposición del público sean accesibles (artículos 14 y 23).
- La publicidad televisiva es una forma de comunicación audiovisual; por ello las campañas de publicidad de la AGE deben ser conformes con la **Ley 13/2022**, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, cuyo artículo 101, relativo a la accesibilidad universal al servicio de comunicación audiovisual, indica que las entidades que presten servicios de comunicación audiovisual deberán garantizar el cumplimiento progresivo de los requisitos de calidad del subtítulo y de la audio-descripción, así como los contenidos signados. Además, se incluye los servicios de acceso a través de páginas web y sus contenidos y las aplicaciones para dispositivos móviles para que sean gradualmente accesibles.
- El **Real Decreto 193/2023**, de 21 de marzo, por el que se regulan las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad para el acceso y utilización de los bienes y servicios a disposición del público, en su capítulo 14 sobre información y comunicación indica que las personas físicas y jurídicas, como puede ser la AGE, proveedoras de bienes y servicios a disposición del público deberán proporcionar a las personas usuarias y clientes con discapacidad, información (como puede ser la publicidad sobre sus bienes y servicios) en soportes y formatos accesibles y adecuados a sus necesidades, independientemente del canal que se utilice, de forma tal que las personas con discapacidad puedan acceder efectivamente a su contenido en igualdad de condiciones con cualquier otra persona cliente o usuaria.



CÓMO HACERLO

Para que el acceso a la información y publicidad en la administración pública sea una realidad es necesario cubrir **diferentes cuestiones** como:

- Que exista **formación** en la administración pública para realizar comunicaciones accesibles.
- Que la comunicación sea accesible y cumpla la **legislación vigente** indicada en el marco normativo.
- Que los contenidos sean **accesibles**: Esto implica que la información y la publicidad esté subtitulada, audiodescrita, en lenguaje claro y con lengua de signos.
- Que el acceso a la información sea accesible cumpliendo la **normativa europea** "UNE-EN 301549:2020 Requisitos de accesibilidad para productos y servicios TIC" para que pueda accederse a ella desde diferentes dispositivos.
- Que exista una **información clara** a los usuarios en su interacción con la información.



Para lograr esto será necesario abordar los siguientes puntos:

- Las **personas sordas y sordociegas signantes** también son usuarias del subtitulado, por lo tanto, se han de observar buenas prácticas para que ambos sistemas no compitan entre sí y se complementen de forma adecuada. Para ello, el cumplimiento de las indicaciones de la norma UNE 153010 de subtitulado o las indicaciones de los indicadores de calidad del grupo de calidad liderado por el **Centro Español del Subtitulado y la Audiodescrición**, (en adelante, CESyA; www.cesya.es) darán pautas claras de ajustarse en calidad a los parámetros necesarios para la comprensión del mensaje subtitulado.

- La **accesibilidad en lengua de signos** depende principalmente de la competencia profesional de intérpretes y traductores, personas sordas y oyentes con formación y acreditación específica y un nivel alto de dominio lingüístico en ambas lenguas (signada y oral).
- Para que la accesibilidad a la información y a la comunicación no se vea comprometida, tan importantes son las cuestiones técnicas y tecnológicas relacionadas con la captura y emisión de los contenidos signados, como las cuestiones directamente relacionadas con la **calidad lingüística**.
- **El tamaño de la ventana, el plano y el enfoque** han de observarse, para que realmente surta los efectos deseados: como mínimo la ventana debe ocupar 1/6 de la pantalla, el plano debe permitir un signado natural (normalmente se usa un plano medio-largo), el contraste entre el fondo y la figura debe ser suficiente para no tener que dedicar esfuerzos en la comprensión del signado.



- Ofrecer formatos digitales accesibles para que las **personas ciegas** puedan acceder con su lector de pantalla a través de **servicios de audio-descripción**. Para ello el cumplimiento de las indicaciones de la norma UNE 153020 de audio-descripción o las indicaciones de los indicadores de calidad del grupo de calidad liderado por el CESyA darán pautas claras de ajustarse en calidad a los parámetros necesarios para la comprensión del mensaje audio descrito.
- Ofrecer formatos de usuario que favorezcan la **accesibilidad cognitiva**. Para ello será necesario, al menos, escribir los mensajes en lenguaje claro.
- El subtítulo y la audio-descripción de la publicidad deben ofrecer unos **estándares de calidad** tal que garantice el acceso en igualdad de condiciones a todas las personas en riesgo de exclusión social.



- El acceso a la publicidad por las personas sordas, ciegas y sordociegas deberá poder realizarse sobre **cualquier dispositivo** (ya sea móvil, tableta, multimedia y portátil o de sobremesa) **y en cualquier soporte o plataforma**. Para ello, el proyecto de innovación tecnológica para asegurar la accesibilidad de los servicios públicos (Accesibilidad sensorial y cognitiva en la comunicación y gestión de los servicios telemáticos y telefónicos de la Administración General del Estado) financiado con fondos del PRTR e implementado por el CEySA, proporcionará un soporte documental a las Administraciones Públicas en materia de accesibilidad cognitiva y sensorial que permitirá avanzaren el acceso igualitario a los servicios públicos:

<https://access2citizen.cesya.es/>.

- Se recomienda contar con **proveedores del servicio con experiencia** en el sector.

Centros asesores de referencia del Real Patronato sobre Discapacidad:

- Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española, **CNLSE**.
- Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción, **CESyA**.

D REAL **PATRONATO** SOBRE **DISCAPACIDAD**

rpdicapacidad.gob.es

