



Área de Contenidos

# Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad

---

2021

20/10/2022  
IE/AC-22/20

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 1/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## ÍNDICE

1. Antecedentes.....	2
2. Objetivos y metodología .....	4
2.1. Informe cuantitativo.....	4
2.1.1. Muestra (cuantitativo) .....	5
2.2. Informe cualitativo.....	5
2.2.1. Muestra (cualitativo) .....	5
3. Resultados .....	6
3.1. Análisis cuantitativo .....	6
3.2. Descripción de los anuncios donde aparecen personas con discapacidad.....	15
4. Conclusiones.....	39
4.1. Imagen de la discapacidad .....	39
4.1.1. Presencia .....	39
4.1.2. Alusión .....	39
4.2. Medidas de accesibilidad universal .....	40
4.2.1. Subtitulado .....	40
4.2.2. Lengua de signos.....	41
4.2.3. Otros anuncios accesibles.....	41
5. Anexo.....	42
6. Índice de tablas y gráficos.....	49
7. Ficha técnica.....	50

## Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 2/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## 1. Antecedentes

El artículo 4.6 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de Creación del Consejo Audiovisual de Andalucía atribuye a este órgano la función de salvaguardar los derechos de, entre otros colectivos, las personas con discapacidad en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias, facilitando la accesibilidad a las personas con discapacidad auditiva o visual e impulsando mecanismos de corregulación y autorregulación con las personas prestadoras del servicio de comunicación audiovisual.

Los derechos de las personas con discapacidad y las obligaciones sobre accesibilidad a los servicios de comunicación audiovisual se regulaban en los artículos 6, 8 y 18.1 y en la disposición transitoria quinta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Aunque esta norma ha sido recientemente derogada por la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA, en adelante), las previsiones relativas a la accesibilidad contenidas en esta última entrarán en vigor a partir del 9 de julio de 2023, a tenor de lo previsto en sus disposiciones transitoria cuarta y final novena.

Al igual que su antecesora, los deberes sobre accesibilidad impuestos por la nueva LGCA se refieren única y expresamente a los programas, pero no a la publicidad. Sólo en la legislación sectorial sobre medicamentos y productos sanitarios y la reguladora de la publicidad institucional del sector público estatal se prevé un acceso más completo a la información a las personas con cualquier tipo de discapacidad, que incluye la subtitulación en abierto de los mensajes hablados. Así mismo, para la emisión en lengua de signos de los mensajes hablados (sistema de ventana menor en ángulo de la pantalla), la audiodescripción y la locución de todos los mensajes escritos que aparezcan, se estará a lo regulado por 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.

La nueva LGCA promueve expresamente la autorregulación para garantizar que la presencia de personas con discapacidad sea proporcional al peso y a la participación de dichas personas en el conjunto de la sociedad. En el Capítulo II del Título VI, dedicado a las obligaciones de las prestadoras en materia de accesibilidad, incide en este aspecto al determinar en su artículo 108 que la autoridad audiovisual competente fomentará la adopción de códigos de autorregulación por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual con el fin de alcanzar la accesibilidad universal de dicho servicio y mejorar la calidad de las medidas obligatorias.

Por su parte, la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía (LAA, en adelante), que establece niveles de accesibilidad muy superiores a los dispuestos por la ley básica estatal de 2010, conmina a las personas prestadoras, en su artículo 41.3, a que las comunicaciones comerciales no inciten conductas que favorezcan la desigualdad, ni transmitan estereotipos negativos o paternalistas

### **Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021**

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 3/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

de cualquier colectivo con discapacidad (incluidas las personas con discapacidad intelectual) que comporten actitudes discriminatorias.

En el ámbito de la regulación y corregulación, la LAA contiene una mención expresa a las personas discapacitadas, cuando dispone que las Administraciones, las personas prestadoras de servicios de comunicación audiovisual, los anunciantes y las agencias de publicidad deberán llevar a cabo las actuaciones necesarias para que las comunicaciones comerciales no atenten contra la dignidad de estas personas, conforme se establece en la Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía.

En lo atinente al ámbito competencial del CAA el artículo 43.5 recoge la obligación de que este órgano elabore un informe anual donde se incorporen los contenidos y las comunicaciones comerciales que aborden cuestiones relativas a personas con discapacidad en los servicios de comunicación audiovisual de Andalucía. Por su parte, el artículo 67.3 de la Ley 4/2017, de 25 de septiembre, establece que el CAA elaborará anualmente un informe sobre el tratamiento de la imagen de las personas con discapacidad, así como las condiciones de accesibilidad universal, en los medios de comunicación audiovisual sujetos a su ámbito de actuación.

Tras la entrada en vigor de estas normas, el CAA adoptó la Decisión 7/2018 para elaboración de informes sobre el tratamiento de la imagen de las personas con discapacidad y condiciones de accesibilidad universal. Desde aquel año el CAA ha realizado informes, tanto sobre la presencia de la discapacidad en los informativos de las televisiones públicas andaluzas, como sobre la imagen de las personas con discapacidad en la publicidad emitida por las televisiones autonómicas andaluzas, aspecto este último sobre el que versa el presente informe, que analiza las comunicaciones comerciales emitidas durante el año 2021.

## Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 4/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## 2. Objetivos y metodología

Este informe como objetivo analizar la presencia de la discapacidad en la comunicación comercial, así como detectar las medidas para garantizar la accesibilidad universal presentes en los *spots* y, en su caso, en otras formas de comunicación comercial.

Dado que existen muchas formas de discapacidad y que buena parte de ellas no son distinguibles a simple vista, en este informe se ha considerado que la discapacidad aparece en las comunicaciones comerciales cuando se hace alusión explícita a esta condición, cuando se aprecia discapacidad motriz evidente y cuando aparecen personas con los rasgos físicos distintivos del síndrome de Down.

### 2.1. Informe cuantitativo

En este apartado se han definido los siguientes objetivos concretos:

1. Imagen de la discapacidad:
  - a. *Presencia*. Comunicaciones comerciales en que aparezcan, de forma explícita, personas con alguna discapacidad claramente identificable.
  - b. *Alusiones*. Comunicaciones comerciales en las que explícitamente se aluda a personas con discapacidad.
2. Medidas de accesibilidad universal:
  - a. *Subtitulado*: Comunicaciones comerciales en las que toda la locución esté subtitulada para permitir el acceso de las personas con discapacidad auditiva. Se especifica en concreto el subtitulado de la publicidad de medicamentos.
  - b. Lenguaje de signos. Comunicaciones comerciales traducidas a la lengua de signos española (LSE).
  - c. Comunicaciones comerciales que, sin subtítulos ni lenguaje de signos, son accesibles para las personas con alguna discapacidad auditiva; bien porque no tengan ni diálogos, ni monólogos, ni voz en off, o bien porque, teniéndolos, el texto aparece escrito o sobreimpreso.

La metodología de análisis es cuantitativa, estableciéndose los porcentajes de los anuncios localizados según los criterios anteriormente descritos en relación al número total de anuncios y a los sectores publicitarios.

### Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 5/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

### 2.1.1. Muestra (cuantitativo)

Se han analizado 4.506 anuncios diferentes, que se han emitido en 195.393 ocasiones, por las cadenas autonómicas andaluzas (Canal Sur TV, Andalucía y Bom Cine).

## 2.2. Informe cualitativo

Se han analizado las campañas en las que aparecen personas con discapacidad para determinar, por un lado, si en las piezas publicitarias se vulnera la dignidad o se fomenta algún estereotipo o una imagen paternalista. Asimismo, se analizarán las características y roles desempeñados en los anuncios por las personas con discapacidad.

### 2.2.1. Muestra (cualitativo)

Se estudian todas las campañas (37) en las que aparezcan personas con discapacidad. No obstante, sólo se ha analizado la versión más larga de cada campaña (19 en total). Las versiones más cortas no son más que fragmento de las versiones más largas. Las imágenes que aparecen son las mismas.

## Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 6/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



### 3. Resultados

#### 3.1. Análisis cuantitativo

**Tabla 1: N° anuncios con presencia, alusión, subtítulo, lenguaje de signos y otros accesibles por tipo de publicidad**

TIPO PUBLICIDAD	N° ANUNCIOS	PRESENCIA			ALUSIÓN			SUBTITULADO			LSE			OTROS ACCESIBLES		
		N°	% TIPO	% TOTAL	N°	% TIPO	% TOTAL	N°	% TIPO	% TOTAL	N°	% TIPO	% TOTAL	N°	% TIPO	% TOTAL
SPOT	3.851	35	0,91%	0,78%	7	0,18%	0,16%	314	8,15%	6,97%	12	0,31%	0,27%	339	8,80%	7,52%
TELEPROMOCIÓN	369															
TELEVENTA	149															
PATROCINIO	56							1	1,79%	0,02%				4	7,14%	0,09%
RELOJ MARCADOR	36															
SOBREIMPRESIONES	19															
OTROS	17	1	5,88%	0,02%												
PUBLIREPORTAJES	5	1	20,00%	0,02%				5	100,00%	0,11%						
PUBLICIDAD VIRTUAL	3															
EMPLAZAMIENTO	1															
<b>TOTAL</b>	<b>4.506</b>	<b>37</b>	<b>0,82%</b>	<b>0,82%</b>	<b>7</b>	<b>0,16%</b>	<b>0,16%</b>	<b>320</b>	<b>7,10%</b>	<b>7,10%</b>	<b>12</b>	<b>0,27%</b>	<b>0,27%</b>	<b>343</b>	<b>7,61%</b>	<b>7,61%</b>

Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

Tabla 2: N° anuncios con presencia, alusión, subtítulo, lengua de signos y otros accesibles por sector

SECTOR	N° ANUNCIOS	PRESENCIA		ALUSIÓN		SUBTITULADO		LSE		OTROS ACCESIBLES	
		N°	% SECTOR	N°	% SECTOR	N°	% SECTOR	N°	% SECTOR	N°	% SECTOR
ALIMENTACIÓN	881	4	0,45%			4	0,45%			41	4,65%
AUTOMOCIÓN	75						0,09%			12	16,00%
BEBIDAS	161	4	2,48%			3	1,86%			21	13,04%
BELLEZA E HIGIENE	399	1	0,25%			1	0,25%			55	13,78%
CONSTRUCCIÓN	23					0	0,00%			4	17,39%
CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	222					4	1,80%			18	8,11%
DEPORTES Y TIEMPO LIBRE	48						0,09%			1	2,08%
DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN	982	3	0,31%			15	1,53%			88	8,96%
ENERGÍA	40	2	5,00%			10	25,00%			1	2,50%
EQUIPOS DE OFICINA, COMERCIO	14						0,22%			1	2,50%
FINANZAS Y SEGUROS	230	1	0,43%			21	9,13%			3	21,43%
HOGAR	225					19	8,44%			20	8,70%
INDUSTRIAL, MATERIALES DE TRABAJO Y AGROPECUARIO	25	1	4,00%				0,42%			10	4,44%
LIMPIEZA	141			1	4,00%		0,02%				0,22%
OBJETOS PERSONALES	54					1	0,71%			3	2,13%
SALUD	168						0,02%			13	24,07%
SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	353	15	4,25%			70	41,67%			4	2,38%
TELECOMUNICACIONES E INTERNET	104					100	28,33%			4	3,85%
TEXTIL Y VESTIMENTA	146			6	1,70%	5	4,81%			4	3,85%
TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO	72						0,11%			4	2,74%
VARIOS	143	6	4,20%			4	5,56%			9	12,50%
<b>TOTAL</b>	<b>4.506</b>	<b>37</b>	<b>0,82%</b>	<b>7</b>	<b>0,16%</b>	<b>320</b>	<b>7,10%</b>	<b>12</b>	<b>0,27%</b>	<b>343</b>	<b>7,61%</b>

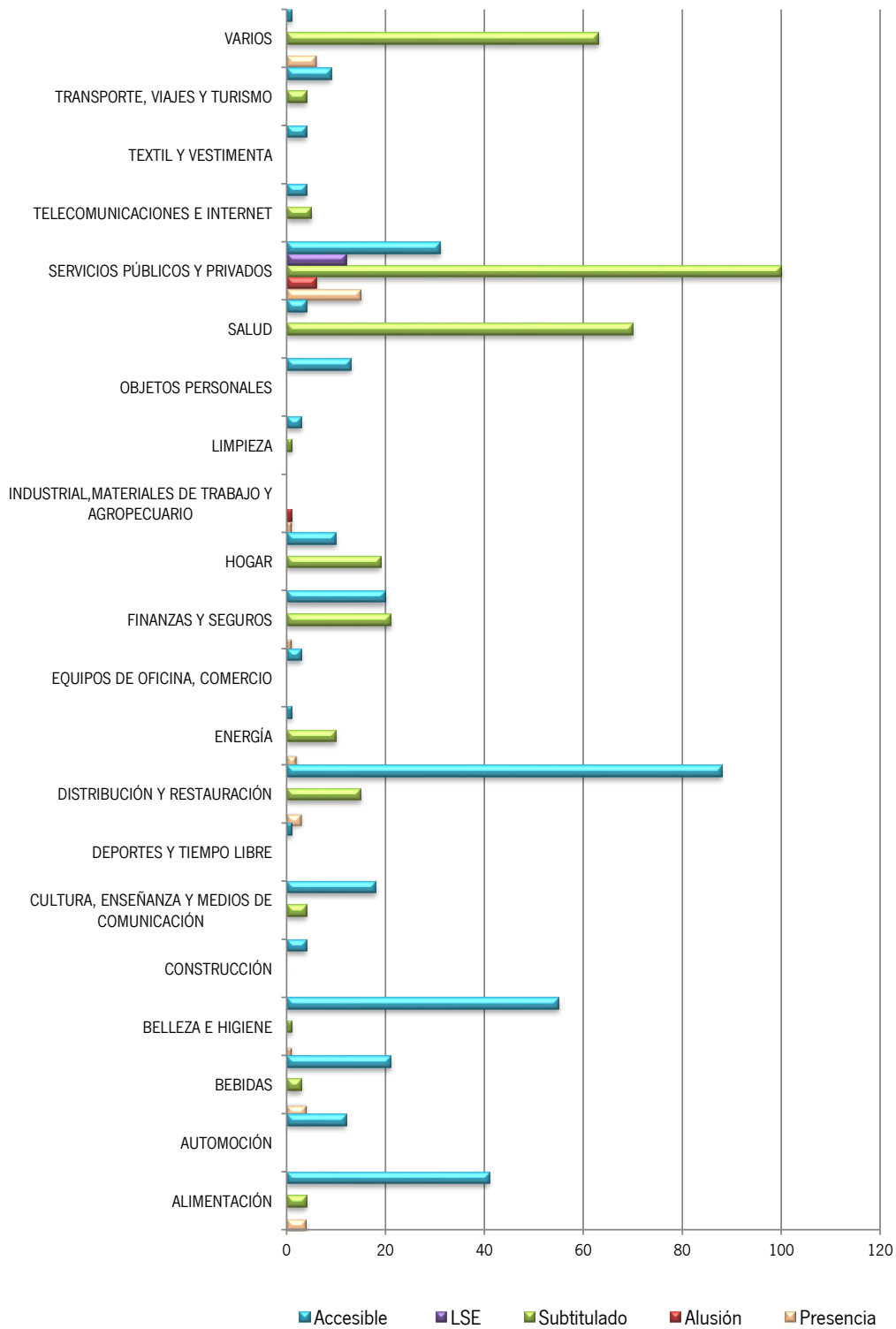
Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021



**Gráfico 1: N° de anuncios con presencia, alusión, subtítulo, LSE y otros accesibles por sector**

## Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 9/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



## Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 10/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



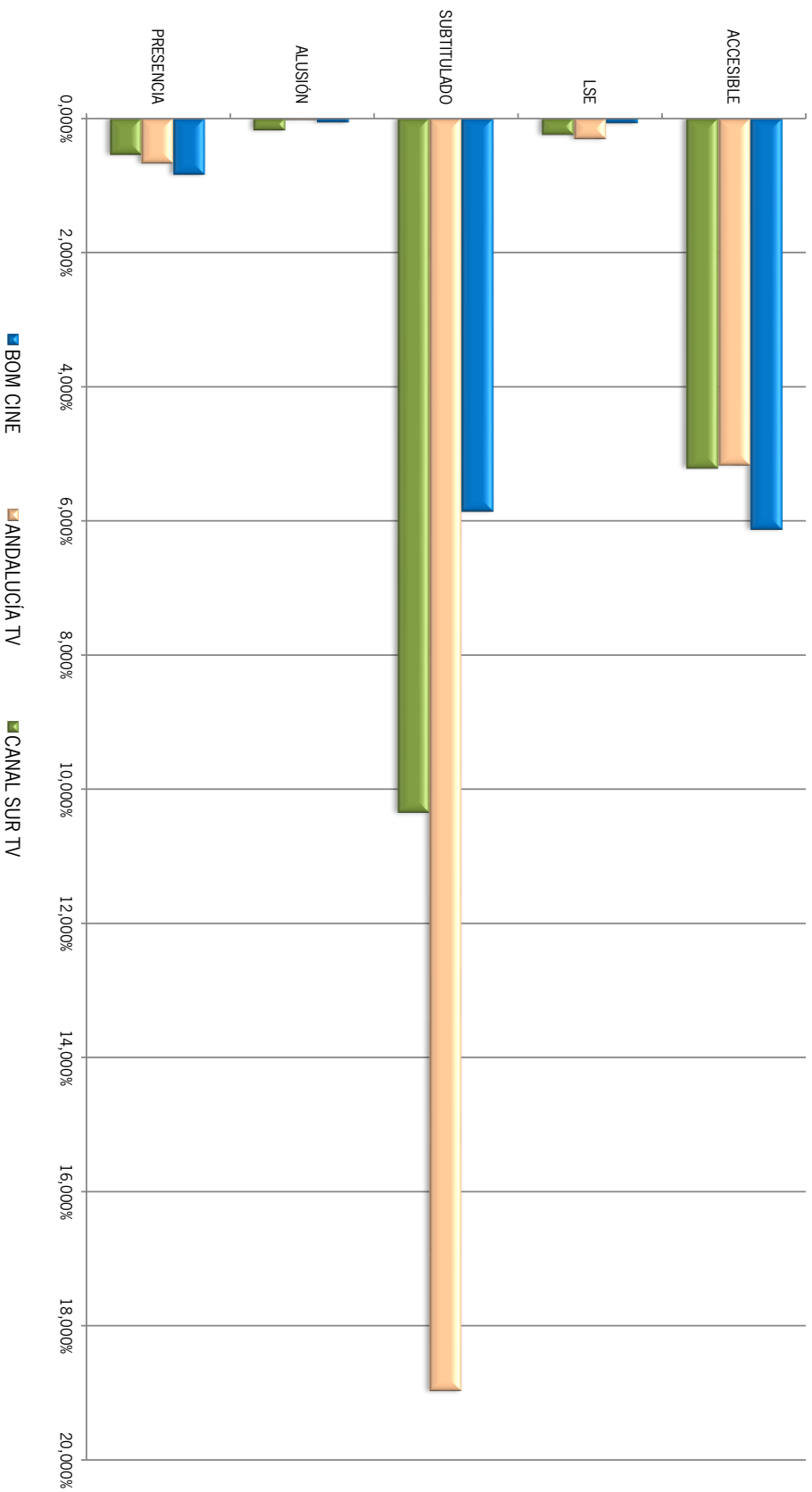
Tabla 3: N° emisiones de anuncios con presencia, alusión, subtítulo, lengua de signos y otros accesibles por canal

CANALES	EMISIONES TOTALES	PRESENCIA		ALUSIÓN		SUBTITULADO		LSE		OTROS ACCESIBLES	
		Nº	% CANAL	Nº	% CANAL	Nº	% CANAL	Nº	% CANAL	Nº	% CANAL
CANAL SUR TV	69.928	381	0,545%	125	0,179%	7.234	10,345%	173	0,247%	3.637	5,201%
ANDALUCIA TV	15.286	103	0,674%	4	0,026%	2.899	18,965%	47	0,307%	790	5,168%
BOM CINE	110.179	926	0,840%	71	0,064%	6.439	5,844%	82	0,074%	6.737	6,115%
<b>TOTAL</b>	<b>195.393</b>	<b>1.410</b>	<b>0,7222%</b>	<b>200</b>	<b>0,1022%</b>	<b>16.572</b>	<b>8,481%</b>	<b>302</b>	<b>0,155%</b>	<b>11.164</b>	<b>5,714%</b>

Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021



**Gráfico 2: Porcentaje de emisiones de anuncios con presencia, alusión, subtítulo, LSE y otros accesibles por canal sobre el total de emisiones por canal**



**Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021**

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 12/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

**Tabla 4: Anuncios de medicamentos con subtítulos y otros accesibles**

<b>MEDICAMENTOS</b>	<b>SUBTITULADO</b>	<b>OTROS ACCESIBLES</b>
DAFLON/ANTIVARICES	2	
FLOGOPROFEN/GEL ANALGÉSICO	3	
FLOGOPROFEN/GEL ANESTÉSICO-(FLOGOPATCH)	4	
GAVICON/FORTE/DOBLE ACCIÓN/ANTIÁCIDO	2	
GELOCATIL/MEDICAMENTO	2	
GELOCATIL/MEDICAMENTO-(GELOCATIL/GRIPE-GRIPE FORTE)	4	
GELOCATIL/MEDICAMENTO-(GELOPROFEN)	1	
GELOCATIL-GELODOL CREMA	2	
LACER/ANSO/TRATAMIENTO HEMORROIDES	2	
NUROFEN/RAPID/CAPSULAS LIQUIDAS	2	
REFLEX	1	
SPRINTER/T.DEPORTES	1	
STREPSILS/MIEL Y LIMÓN	1	
STREPSILS/MIEL Y LIMÓN-(CON VITAMINA C)	1	
THROMBOCID/FORTE/POMADA	5	
VENORUTON/MEDICAMENTO	2	
VICKS/VAPORUB	2	
VOLTADOL FORTE/GEL ANALGÉSICO-ANTIINFLAMATORIO	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>2</b>

**Tabla 5: Nº de anuncios de publicidad institucional con subtítulos y lengua de signos**

<b>PUBLICIDAD INSTITUCIONAL</b>	<b>Nº ANUNCIOS</b>	<b>SUBTITULADO</b>		<b>LSE</b>	
		<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
AYUNTAMIENTOS Y DIPUTACIONES ANDALUZAS	29	2	6,90%	0	0,00%
JUNTA DE ANDALUCÍA	51	37	72,55%	0	0,00%
SECTOR PÚBLICO ESTATAL	44	30	68,18%	8	18,18%
OTROS	75	8	10,67%	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>77</b>	<b>38,69%</b>	<b>8</b>	<b>4,02%</b>

26/10/2022  
EXAC-22/20

**Tabla 6: Anuncios de publicidad institucional con subtítulo y lengua de signos**

<b>PUBLICIDAD INSTITUCIONAL</b>	<b>Nº ANUNCIOS</b>	<b>SUBTITULADO</b>	<b>LSE</b>
<b>AYUNTAMIENTOS Y DIPUTACIONES ANDALUZAS</b>	<b>29</b>	<b>2</b>	
ANTEQUERA/TURISMO	1		
AYTO.LUCENA	1		
AYTO.ROQUETAS DE MAR	1	1	
AYUNTAMIENTO CAZALLA DE LA SIERRA/TURISMO	1		
AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA/TURISMO	1		
AYUNTAMIENTO DE QUESADA/TURISMO	2		
CALLES EN FLOR/FESTIVAL DE FLORES DE CAÑETE DE LAS TORRES	1		
CASTILLO DE NIEBLA/FESTIVAL DE TEATRO Y DANZA	3		
COSTA TROPICAL/GRANADA	1		
DIPUTACIÓN DE JAÉN/TURISMO	2		
DIPUTACIÓN DE SEVILLA/PLAN CONTIGO	4		
DIPUTACIÓN DE SEVILLA/PRODETUR/OFICINA CONTRA DESPOBLACIÓN	2		
FERIA PRODUCTOS TÍPICOS Y ARTESANALES SIERRA MORENA SEVILLA	1		
FESTIVAL CÓRDOBA GUIT	1		
FIESTA ANUAL DEL PRIMER ACEITE DE JAÉN/FERIA	2		
HUELMA-SOLERA/TURISMO	1		
MAZAGÓN/TURISMO	1		
RUTE/ES DE RUTE/GASTRONOMÍA	2		
TUSSAM/TRANSPORTE PUBLICO	1	1	
<b>JUNTA DE ANDALUCÍA</b>	<b>51</b>	<b>37</b>	
ARTESANÍA HECHA EN ANDALUCÍA	1	1	
CAA/CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA	1	1	
EL AUDIOVISUAL EN LA ESCUELA/CONCURSO	1	1	
INTERREG/COOPERACIÓN TERRITORIAL EUROPEA	2	2	
J.AND./TURISMO	6	6	
JUNTA ANDALUCÍA/INCENDIOS	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA/#ABRAZACULTURA	1		
JUNTA ANDALUCÍA/#CONSUMEANDALUCIA	2	2	
JUNTA ANDALUCÍA/28F DÍA DE ANDALUCÍA	2	2	
JUNTA ANDALUCÍA/ANDALUCÍA ACREDITA	2	1	
JUNTA ANDALUCÍA/ANDALUCÍA EN MARCHA	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA/AYUDAS SEGUROS AGRARIOS	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA/C .EDUCACIÓN Y CIENCIA/ESCOLARIZACIÓN	2	2	
JUNTA ANDALUCÍA/CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA DE GENERO	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA/CAMPAÑA VACUNACIÓN COVID-19	2	2	
JUNTA ANDALUCÍA/CENTROS DE DÍA PERSONAS MAYORES Y CON DISCAP	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA/CONS. EDUCACIÓN Y DEPORTE/MENTOR	5		
10/PROGRAMA			
JUNTA ANDALUCÍA/CONS. EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	1		
JUNTA ANDALUCÍA/CONSUMO RESPONDE	2	2	
JUNTA ANDALUCÍA/DÍA INTERNACIONAL CONTRA VIOLENCIA MUJERES	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA/DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA/TODOS LOS DÍAS SON EL DÍA PEQUEÑO COMERCIO	1	1	
JUNTA ANDALUCÍA-ECOVIRIDIO	6	1	
JUNTA ANDALUCÍA-UE/FONDOS EUROPEOS	6	5	
JUNTA DE ANDALUCÍA/GUSTO DEL SUR/ACEITE OLIVA VIRGEN EXTRA	1	1	
<b>SECTOR PÚBLICO ESTATAL</b>	<b>44</b>	<b>30</b>	<b>8</b>
CORREOS Y TELÉGRAFOS	7		

<b>PUBLICIDAD INSTITUCIONAL</b>	<b>Nº ANUNCIOS</b>	<b>SUBTITULADO</b>	<b>LSE</b>
GOBIERNO DE ESPAÑA/#YOME VACUNO SEGURO	6	6	6
GOBIERNO DE ESPAÑA/ALIMENTOS DE ESPAÑA	4	4	
GOBIERNO DE ESPAÑA/CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA DE GENERO	3	3	
GOBIERNO DE ESPAÑA/CAMPAÑA IGUALDAD	1	1	
GOBIERNO DE ESPAÑA/CAMPAÑA SALUD MENTAL	1	1	1
GOBIERNO DE ESPAÑA/PLAN NACIONAL RESISTENCIA ANTIBIÓTICOS	1		1
INCIBE/017	1		
M.AGRIC.P.ALIM/S.AGRA	2	2	
MINISTERIO AGRICULTURA PESCA ALIMENTACIÓN/AYUDAS PAC	1		
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030/D.SOSTENIBLE	1	1	
MINISTERIO DE TRANSPORTES,MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	1	1	
MINISTERIO INTERIOR/DGT	11	8	
OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS/STOP FALSIFICACIONES	1	1	
RED RURAL NACIONAL	1	1	
RENFE	1	1	
SENADO/JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS	1		
<b>OTROS</b>	<b>75</b>	<b>8</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>77</b>	<b>8</b>

### 3.2. Descripción de los anuncios donde aparecen personas con discapacidad

El Consejo ha analizado las 19 versiones largas de los 37 anuncios donde aparecen personas con discapacidad para determinar, por un lado, si en las piezas publicitarias se vulnera la dignidad o se fomenta algún estereotipo o una imagen paternalista. Asimismo, se analizarán las características u roles desempeñados en los anuncios por las personas con discapacidad.

#### Descripción de las campañas

##### 1) AMAZON/OFERTAS DE NAVIDAD (20 segundos)

Transcripción:

[Voz en off]

*Héctor ahorró hasta un 40% en las ofertas de Navidad de Amazon.*



*Y ahora se ha convertido en el mejor director del coro.*



*¡Qué música tan... Pero tan celestial!*

*Ahorra hasta un 40% en las ofertas de Navidad de Amazon.*

El anuncio comienza con un gran plano general en el que aparece una pareja (hombre y mujer) sentada en un sofá. En la misma habitación hay diseminados cinco perros. Él está utilizando el teléfono móvil y a su lado hay una silla de ruedas.

En la siguiente escena, junto al árbol de navidad están los cinco perros con gorros y bufandas de lana ladrando la sintonía de 'Jingle Bells'. El hombre está sentado en la silla de ruedas junto al piano, ella está detrás y, en el mismo escenario hay otra pareja: él está sentado y acaricia un gato y ella está de pie detrás.

## 2) AQUARIUS (60 segundos)

Nada más comenzar el anuncio aparece un título que se asemeja al de obras audiovisuales de ficción:

AQUARIUS PRESENTA  
RETRY  
DIRECTED BY OWEN HARRIS DIRECTOR OF BLACK MIRROR

La escena, situada en un tiempo futuro, representa la entrevista de trabajo de un robot (con apariencia femenina) a un humano.

Transcripción:

[Habla el robot]

*Entonces... ¿por qué cree que merece este trabajo?*

[Habla el humano]

*Bueno... Manejo cualquier sistema operativo.*

[Robot]

*Nosotros también.*

[Humano]

*Mi capacidad de trabajo fue siempre muy valorada.*

[Robot]

*Pero supongo que todavía necesitan hidratarse y descansar. ¿O los humanos ya solucionaron ese problemita?*

En ese momento el robot mira la bolsa del humano, que está abierta, y ve una botella de Aquarius.

[Humano]

*No...*

No se oye porque se superpone la voz del robot.

[Robot]

*Hablando en el pasillo, durmiendo y esas cosas sin rentabilidad. No le llamaremos. No hay nada que ustedes puedan aportar que nosotros no hagamos.*

El humano se levanta para marcharse

[Humano]

*Ganas.*

[Robot]

*¿Cómo dice?*

[Humano]

*Es algo que nosotros tenemos y ustedes no. Nacemos con ellas. Y nos empujan a reintentarlo algo hasta conseguirlo. Y sí, nos caemos. Pero eso nos obliga a reimpulsarnos. Porque para cualquiera de nosotros reafirmarse, reenamorarse, renacer, nos demuestra que jamás nos rendimos. Y que también podemos hacer cosas que ustedes no.*

Mientras el humano dice este último párrafo aparecen imágenes editadas cada vez con tomas más cortas: una mujer está pariendo; dos bebés dan sus primeros pasos; una mujer lanza un libro contra una estantería y otra, que parece ser una gimnasta que está en un centro de entrenamiento deportivo, lanza la ropa contra el suelo; un joven baila mientras otros miran cómo lo hace; una niña, rodeada de otra gente, sopla las velas en una tarta, alguien cercano ríe. Cuando dice “reafirmarse”, la imagen parece la de una persona transgénero; cuando dice “reenamorarse”, la imagen es la de una pareja besándose en la cama; cuando dice “renacer”, la imagen es la de una mujer con una mastectomía. Una niña, con una **pierna ortopédica**, corre por el campo; otra niña corre, otros juegan; de nuevo el grupo de jóvenes bailando; un acróbata girando algo con fuego; una gimnasta entrenando y saltando; una mujer joven bebiendo Aquarius; la gimnasta bebiendo Aquarius; el humano de la entrevista bebiendo Aquarius. Deja la botella vacía sobre la mesa donde le están haciendo la entrevista y, mientras se marcha, en pantalla aparece sobreimpreso el siguiente eslogan: “Recupera eso que nos mueve”.

Lo último que aparece sobreimpreso es la marca, con su tipografía característica y debajo la frase “hidratación diaria”.

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 18/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



### 3) AXA/SEGUROS

Un *spot* que no tiene ni diálogos, ni monólogos, ni voz en off. Solo hay sonido ambiental y música extradiegética.

El anuncio muestra tres momentos en la vida de la misma persona. Al principio una niña corre junto a otros niños, se para y observa como un hombre en silla de ruedas entrena en una pista de baloncesto que está al aire libre. En la siguiente escena, tras una elipsis temporal, la niña ha crecido y es ahora una joven que, mientras corre por la noche, ve como se ha incendiado un local. Se trata de un negocio de bicicletas; quizá un taller. Días más tardes, mientras corre, ve cómo el local está quemado pero continúa con su actividad en la calle. En la última escena la joven está en el túnel de vestuarios de un estadio de fútbol. En un plano dorsal, mientras se dirige al exterior, aparece el siguiente texto:

“Cuando confías en ti, puedes llegar lejos. Con la protección de AXA, puedes llegar aún más lejos”.

Finaliza la escena con la joven árbitra dando el pitido inicial de un partido masculino de fútbol y con el eslogan de la marca: “*Know you can*”.



#### 4) COLGATE

Un *spot* que no tiene ni diálogos, ni monólogos, ni voz en off. Solo hay música extradiegética y texto sobreimpreso.

COLGATE  
PRESENTA  
HISTORIAS DE SONRISAS

Una persona con síndrome de Down está cocinando en una cocina profesional. Sobreimpreso aparece el siguiente texto:

“Cuando dicen que no puedo contratar a un chef con síndrome de Down yo sonrío. Nuestra sonrisa nos hace fuertes”. Antonio Vila. Propietario de un restaurante.



Tras esto aparece la marca y el sitio de internet en el que se pueden encontrar las historias completas de esta campaña publicitaria.

#### 5) EL CORTE INGLÉS (60 segundos)

El anuncio comienza con una imagen del padre preparando algo en la cocina. Al final del campo visual la hija parece esconderse intentando averiguar algo.

[Habla el padre]  
¡Hola!

Posteriormente, la familia está en el salón. La hija mira al padre buscando algo.

[Canta la hija con voz en off]  
Creo que mi padre no es un elfo  
[Habla el abuelo]

Quizá no estés buscando en el lugar adecuado. Mira en tu interior.

La niña se va a su dormitorio y, en soledad, se concentra. Se mira al espejo y descubre que tiene orejas de elfo. Se sorprende y sonríe.

[Habla la hija]  
¡Soy un elfo!

Sale a la calle nevada. Está nevando.

[Habla la hija]  
Soy un elfo.

Otros niños también salen a la calle.

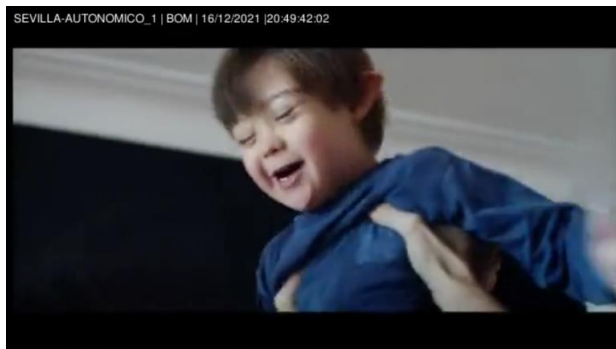
Una de las niñas con las que se encuentra le confiesa en voz baja que es un elfo. Otro niño también lo hace, pero no tan en voz baja.

[Cantan las niñas y niños]

Creo que los niños somos elfos.  
Traemos la ilusión.  
Somos elfos.  
Porque si eres niños eres elfo.  
Tú también, tú también.  
Somos elfos. Somos elfos.

Esta canción la cantan los niños en la calle, pero la edición de las imágenes intercala escenas familiares de padres con niños. Entre esas escenas aparece una de un niño con rasgos físicos característicos de personas con síndrome de Down.

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 21/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



Al final del anuncio el padre está en la calle escuchando la canción de su hija y de los demás niños en formación coral. Con una panorámica vertical aparece al fondo de la imagen un edificio de El Corte Inglés.

La última imagen es un árbol de Navidad que se convierte en el logo de El Corte Inglés. Bajo él aparece el siguiente texto escrito: “A todos los que mantienen viva la ilusión”.

## 6) FUNDACIÓN LUZÓN (20 segundos)

Transcripción:

[Voz en off]

La ELA es una enfermedad que te paraliza. Pero la ELA nunca podrá detener ni el movimiento de la innovación, ni el de la investigación, ni el movimiento de todos. Para que nada se pare muévete por ellos. Muévete por la ELA.

El anuncio está subtítuloado y muestra a un hombre en una de silla de ruedas eléctrica desde diferentes planos. También muestra a un científico en su trabajo.



Durante la mayor parte del anuncio aparece el siguiente texto: “Envía ELA al 28014”.

## 7) IBERDROLA (20 segundos)

Transcripción:

[Voz en off]

*Dice el poeta que son tus huellas el camino. Que estás haciendo camino al andar. Iberdrola abrió el camino de las energías limpias, y ahora también el de la igualdad a través del deporte. Iberdrola.*

El anuncio comienza con un gran plano general en el que aparece una mujer corriendo por una colina o una montaña. Se trata de Carmen Valero, primera atleta olímpica femenina de España y bicampeona del mundo. Esta información está en la parte inferior izquierda de la imagen. Mientras corre y se aleja en un plano dorsal, de su interior aparecen otras dos deportistas que corren junto a ella. Son Carolina Marín y Sandra Sánchez, campeona de bádmiton y kárate. Continúan corriendo y desdoblándose en otras deportistas hasta que, en un gran plano general, se ve a Carmen Valero contemplando, desde una atalaya, cómo son muchas las deportistas que corren. Finalmente aparecen imágenes de deportistas en competición real y, entre ellas, aparece una en un triciclo manual.



## 8) JUNTA DE ANDALUCÍA/28F DÍA DE ANDALUCÍA (65 segundos)

En el anuncio, subtulado, una voz en off recita el himno de Andalucía. Mientras se recita aparecen imágenes de personas de diferentes edades y sexo. Entre ellas, aparece un hombre con rasgos físicos característicos de personas con síndrome de Down.



Al final del anuncio aparece el siguiente texto:

ANDALUCES,  
DE NUEVO  
LEVANTAOS  
28F DÍA DE ANDALUCÍA

Al final aparece el logo de la Junta de Andalucía.

**9) JUNTA DE ANDALUCÍA/ECONOMÍA, TRABAJO, POLÍTICAS SOCIALES, INMIGRACIÓN (25 segundos)**

Transcripción:

[Voz en off]

*Los Centros de Día para personas mayores y con discapacidad son espacios seguros, y estamos deseando volver a verte, seguir compartiendo momentos contigo, seguir a tu lado. Regresa con tranquilidad y siente la emoción de volver. Junta de Andalucía”.*

En el *spot* una trabajadora del centro de día se prepara para trabajar. Al mismo tiempo, una mujer mayor y autónoma, sale de casa y se dirige al centro de día. Allí la está esperando esa trabajadora que la recibe en la puerta. En el interior del centro de día hay personas mayores que son atendidas por personal del centro. En uno de esos planos aparece al fondo una persona en silla de ruedas.

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 24/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



Al final aparece el logo de la Junta de Andalucía.

### 10) JUNTA DE ANDALUCÍA/EDUCACIÓN Y DEPORTE (60 segundos)

En las dos primeras imágenes, aparecen los siguientes textos en primer plano:

20 CAMPEONES  
M10 MENTOR DIEZ

La música, extradiegética, pasa a un segundo plano cuando habla la protagonista, Carmen Herrera, campeona de judo paralímpico con discapacidad visual.

Transcripción:

[Habla Carmen Herrera, judoca]

Yo quedé fascinada con los Juegos del 92. Y precisamente quedé fascinada porque las dos primeras medallas de oro, y eso como judocas lo sabéis, del deporte español, y las dos primeras medallas de oro ganadas por dos mujeres, fueron en el judo. Aquello me dejó una huella imborrable, y diez años después, cuando tuve la ocasión, me inicié en el judo.

El éxito está muy bien. Cuando llegas a casa con el oro en el cuello pues, hay ciertos jaleos mediáticos. Todo el mundo viene a hacerse la foto, porque a la gente le gusta el éxito. Pero yo diría, y mirándolo con el tiempo suficiente sobre mis espaldas, que el camino hasta llegas hasta allí es, creo que lo más importante, lo más apasionante, y de donde hay que sacar las verdaderas lecciones.



Esta locución se produce en una clase magistral de la deportista paralímpica y, mientras se pronuncia, aparecen imágenes del entrenamiento con los niños en un centro deportivo. En la última imagen aparece el logo de la Junta de Andalucía, Consejería de Educación y Deporte.

### 11) JUNTA DE ANDALUCÍA/ EDUCACIÓN Y DEPORTE (60 segundos)

En las dos primeras imágenes, aparecen los siguientes textos en primer plano:

20 CAMPEONES  
M10 MENTOR DIEZ

La música, extradiegética, pasa a un segundo plano cuando habla el protagonista, José Manuel Quintero, campeón de duatlón que está en silla de ruedas.



Transcripción:

[Habla una tercera persona]

Espero que le hagáis muchas preguntas a este mentor porque, la verdad es que es de gran categoría.

[Habla José Manuel Quintero, triatleta]

**Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021**

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 26/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

Al tener tres disciplinas, un triatleta tiene que dedicarle muchas horas, y al ser un deporte de resistencia son muchas horas en la bici, es llegar de la bici y meterte en el agua, o correr. Yo, cuando era triatleta, vamos, lo sabe Reina, entrenaba más o menos casi, casi, casi todos los días. Pero no tenemos que dejar que ningún obstáculo ni nada nos aleje de aquello que nos hace feliz. Yo volví al agua, volví a los entrenamientos y fue todo un proceso, ¿no? De no nadar 25 metros a volver al agua. Y nadar lo que pusieran, y apuntarme a travesías a nado. Yo estoy hablando aquí pero quién sabe, a lo mejor en una de esas sillas está la próxima o el próximo campeón del mundo de triatlón.

Esta locución se produce en una clase magistral de un atleta paralímpico y, mientras se pronuncia, aparecen imágenes del entrenamiento con los niños en la playa.

## 12)METALU (20 segundos)

Transcripción:

[Voz en off]

*Lo que para unos es un simple gesto, para otros es una gran barrera. El ascensor acuático METALU ofrece la solución más efectiva, rápida y económica para adaptar tu piscina. Rompamos las barreras y hagamos del mundo un lugar más accesible para todos.*

El anuncio comienza con un gran plano acuático de una persona metiéndose en la piscina por la escalerilla, otra tirándose de cabeza, otra saliendo a pie, y un plano acuático de pies chapoteando en el agua. El siguiente plano es del ascensor que se está publicitando y una mujer en silla de ruedas se sube a él. Después sale de la piscina con el mismo ascensor.

Durante el tiempo que parece el ascensor en pantalla, en la parte inferior izquierda están los datos de contacto: [ascensoracuatico.com](http://ascensoracuatico.com) y el teléfono 955907784.



La última imagen es de la marca del ascensor con el texto "Fabricado en Andalucía".

### 13) ONCE/GRUPO SOCIAL (45 segundos)

Transcripción:

[Voz en off]

*Llegamos a este mundo sin tenerlo.*

*Es un sentido con el que no nacemos.*

*Vive en el alma de la gente.*

*Tiene más fuerza que el mar, más que las corrientes.*

*Sentir que puedes cuando otros dudan de que puedas.*

*Dejar de oír las dudas que hay ahí fuera y así escuchar lo que susurra tu alma*

*Y en la oscuridad ver solo luz, ver solo calma.*

*Es la actitud la que nos hace capaces.*

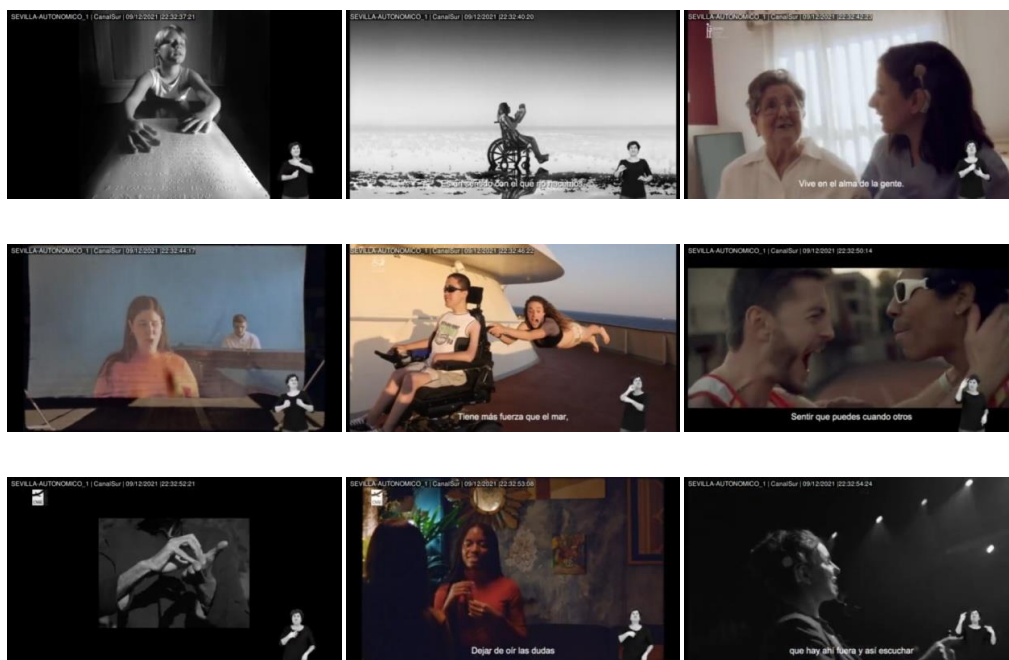
*No es cuánto tienes, dónde vives, cómo naces*

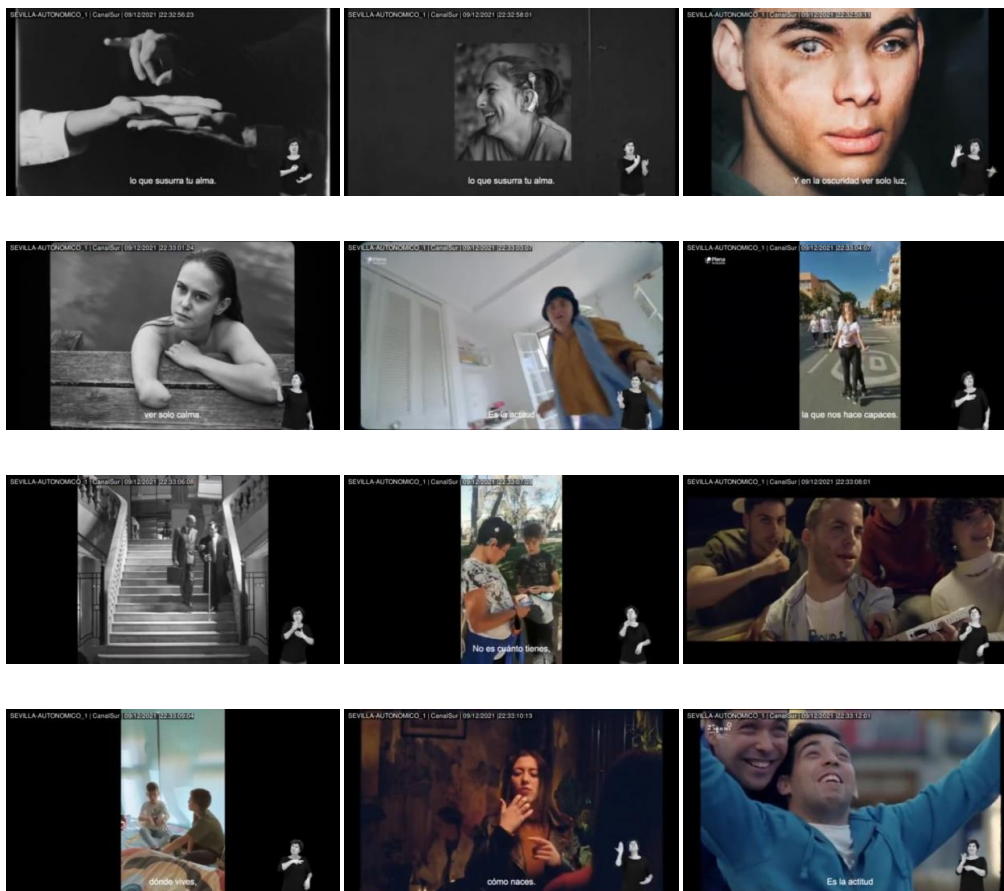
*Es la actitud la que nos hace capaces.*

*Grupo Social ONCE.*

*Feliz Navidad*

En el anuncio, mientras que la narradora extradiegética recita el texto, aparecen varias personas con diferentes capacidades funcionales.





#### 14) ONCE/JUEGOS Y APUESTAS (60 segundos)

El anuncio comienza con una imagen de un kiosco de la ONCE en una plaza. Una clienta, desde fuera del kiosco, habla con la protagonista, que está en el interior.

[Habla la clienta]

Hija, es que no sé si llevarme el Cupón Diario o el Cuponazo.

[Habla la protagonista]

Pues llévate los dos, y un Rasca.

Ahora la protagonista está fuera del kiosco y habla con la clienta:

[Habla la protagonista]

Me voy volando, que llego tarde.

Camina por la calle mientras habla por teléfono:

[Habla la protagonista]

¡Chicas, empezad el partido sin mí!

En el centro deportivo el equipo de fútbol de la protagonista, compuesto por personas con diferentes diversidades funcionales, está esperando en la banda a que terminen de jugar los equipos que ocupan la pista en ese momento.

[Habla un futbolista]

¡Vamos! Venga, eh, eh.

[Habla la protagonista]

Pero... ¿Qué hacéis aquí?

[Habla un compañero en silla de ruedas]

¡Pregúntale a esos!

[Habla el futbolista]

¡Eh! Vosotros. ¡Qué! ¿Qué sois? ¿Los de Campeones o qué?

[Habla la protagonista]

Bueno... ¿Estáis preparados

[Hablan cuatro compañeros y compañeras de equipo]

¡Yo siempre!

¡Y yo!

¡Y yo!

¡Y yo!

El futbolista mete un gol, se pone la camiseta por encima de la cabeza y empieza a celebrarlo por la pista corriendo como un aeroplano.

[Habla la protagonista]

Pues venga, colocadme bien la portería.

Mientras el futbolista celebra el gol, los compañeros de equipo de la protagonista mueven la portería de sitio para que el futbolista que celebra el gol se golpee con el poste. Se golpea y el sonido es el de una campana, unos platillos o un gong.

[Habla una compañera del equipo]

¡La una!

[Habla otro compañero fuera de campo]

¡Las doce en Canarias!

El futbolista se levanta del suelo quitándose la camiseta de la cara.

[Habla el futbolista]

¿Qué ha pasado?

[Habla la protagonista]

Que tienes que mirar por donde vas, corazón...

Los futbolistas que están jugando el partido paran de jugar.

[Habla otro futbolista]

“Joé” con los Campeones.

La protagonista ayuda a levantarse del suelo al futbolista.

[Habla la protagonista]

Campeones no, ¡Campeonas!

Los compañeros de equipo de la protagonista están ya jugando al fútbol sala.

[Voz en off de narradora]

*Cuando juegas a la ONCE haces que miles de personas con discapacidad podamos convertirnos en nuevos Campeones.*

Ya, en la toma final, un travelling de acercamiento nos muestra a todos los compañeros de equipo de la protagonista, que miran cámara con alguno de los productos de la ONCE en la mano, y un corte con continuidad de ese travelling de acercamiento, nos lleva a un primer plano de la protagonista.

[Habla la protagonista]

ONCE. Cuando juegas tú, jugamos todos.

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 31/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



### 15) ONCE/ JUEGOS Y APUESTAS (30 segundos)

El anuncio comienza con una árbitra pitando y señalando un saque de esquina. Los equipos, compuestos por personas con discapacidad, están defendiendo o preparándose para rematar el córner.

[Habla el portero]

¡Sin faltas, eh!

[Habla el atacante]

¡Aquí!

[Habla el portero]

Cubridme el primer palo.

[Habla el atacante]

Mira, mira. Se te han caído 9 millones.

¡Detrás de ti, 9 millones!

[Habla el portero]

¿Eh?

[Habla el atacante]

¡Ahí, 9 millones!

El portero pierde la concentración.

[Habla el portero]

¿Pero qué dices?

[Habla el atacante]

Ahí, mira (señalando el suelo).

[Habla el portero]

¡Atentos!

[Habla el atacante]

¡Aquí!

Se saca el córner.



[Habla el portero]

¡Marcaje al hombre!

[Habla el atacante]

Detrás de ti... 9 millones

[Hablan todos]

¡GOOOOOLL!

Celebran el gol mientras, el atacante, coge un cupón y se lo da al portero.

[Habla el atacante]

Toma.

[Habla el portero]

¿Pero qué es esto?

[Habla el atacante]

Los 9 millones.

[Habla el portero]

¡Qué hemos ganadoo!

[Voz en off de narradora]

*Cuando juegas a la ONCE haces que miles de personas con discapacidad podamos convertirnos en nuevos Campeones.*

Ya, en la toma final, un travelling de acercamiento nos muestra a todos los compañeros de equipo del atacante, que miran cámara. Al frente, una compañera sostiene un cupón de la ONCE en la mano, y un corte con continuidad de ese travelling de acercamiento, nos lleva a un primer plano de esta misma compañera.

[Habla la compañera]  
ONCE. Cuando juegas tú, jugamos todos.

### **16) ONCE/JUEGOS Y APUESTAS (30 segundos)**

El anuncio comienza con un árbitro señalando dónde debe colocarse la barrera para lanzar una falta.

[Habla el árbitro]  
En la línea, por favor.

Cuando se da la vuelta, la barrera se adelanta dando pequeños pasos.

[Habla el árbitro]  
Atrás.  
[Habla el defensor]  
¡Si no hemos hecho nada!

[Habla el árbitro]  
Atrás. En la línea, ahí.

Se retrasa la barrera pero, cuando el árbitro se da la vuelta, se adelantan dando pequeños pasos.

[Habla el árbitro]  
¿Pero en qué idioma hablo?  
[Habla el defensor]  
A ti qué más te da... qué más te da.

El árbitro se echa la mano al bolsillo y parece sacar una tarjeta.

[Habla el defensor]  
¿Esa es para mí?

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 34/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

[Habla el árbitro]

Correcto.

[Habla el defensor]

Pues genial, me viene de perlas, a ver si me toca. Muchas gracias, es que eres un tío genial.

El árbitro ha sacado un cupón de la ONCE en lugar de una tarjeta. El defensor coge el cupón.



[Voz en off de narradora]

*Cuando juegas a la ONCE haces que miles de personas con discapacidad podamos convertirnos en nuevos Campeones.*

Ya, en la toma final, un travelling de acercamiento nos muestra a todos los compañeros de equipo del atacante, que miran cámara. Al frente, una compañera sostiene un cupón de la ONCE en la mano, y un corte con continuidad de ese travelling de acercamiento, nos lleva a un primer plano de esta misma compañera.

[Habla la compañera]

ONCE. Cuando juegas tú, jugamos todos.

### 17) PEDIGREE (20 segundos)

En el anuncio se muestran de manera sucesiva imágenes de perros realizando diferentes actividades e interactuando con personas: despierta a una niña de la cama quitándole (con la boca) la manta que la está tapando; recoge (con la boca) el correo; coge (con la boca) en el aire un disco volador o *frisbee*; abre (con la boca) la puerta del frigorífico, coge (con la boca) una botella de agua mineral y se la da a un hombre que está en silla de ruedas...;



... aprieta (con la boca) un juguete para bebés que hace ruido a cada mordisco; tira (con la boca) de una cuerda.

Transcripción:

[Voz en off]

*Los perros también tienen manos. Haz que las mantengan limpias cada día con Pedigree Dentastix, que ayuda a mantener sanos sus dientes y encías.*

Una mujer le da un perro un Pedigree Dentastix y este lo mordia en el sofá.

Al final del anuncio aparece el producto y el siguiente texto: "Pedigree. Tan bueno como ellos".

### 18) UGT/FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES (20 segundos)

Transcripción:

[Voz en off]

*Es hora de que abras las puertas a tu futuro laboral. Es hora de que te des una nueva oportunidad. Es hora de volver a creer en ti. Queremos acompañarte en este camino ofreciéndote formación en competencias digitales con cursos gratuitos y acreditables. Juntas y juntos transformamos el futuro. Apúntate en ugt.es*

El anuncio muestra a mujeres y hombres, de diferentes edades, en entornos laborales diversos. En el segundo 9 aparece un hombre con rasgos físicos característicos de personas con síndrome de Down que está utilizando un dispositivo digital. El mensaje, narrado por una voz femenina, se refuerza con las siguientes palabras en el centro de la pantalla: "COMPETENCIAS DIGITALES", "CURSOS GRATUITOS" y "ACREDITABLES". Al final del mensaje, antes del nombre de la campaña (Trabajamos en Digital), de la web y de los logos de financiación, aparece en mayúsculas, en rojo y sobre fondo blanco, la siguiente frase: JUNT@S TRANSFORMAMOS EL FUTURO. Es una frase que, al igual que las palabras anteriores, refuerza el mensaje de la narradora.



**19) UNICEF (70 segundos)**

Este mensaje publicitario se emite en el interior del programa ‘Solidarios’ de Canal Sur TV y Andalucía TV.

La descripción es la siguiente:

Aparece de espaldas Sergio Ramos que se está poniendo una camiseta con su nombre a la espalda y el número 10 (como una camiseta de deporte). En la siguiente imagen Pau Gasol muestra una camiseta con su nombre (GASOL) y el número 10. El siguiente es Fernando Alonso quien hace lo mismo que Gasol. Después Iturriaga coge una camiseta de un sofá con su nombre y el número 10. En la siguiente imagen Calderón, de espaldas, bota una pelota de baloncesto en un pasillo; lleva una camiseta con su nombre y el número 10 a la espalda...

Las siguientes imágenes son de niños y niñas que sufren las consecuencias de la guerra de Siria, de paisajes de esta guerra, campos de refugiados, mientras aparecen mensajes sobreimpresos:

“Millones de niños sirios sufren una guerra que cumpla ya una década”.

Entre estas imágenes aparece un niño que se ayuda de un andador para caminar

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 37/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



“necesitamos jugar en equipo para ganar este partido”

Las imágenes que aparecen en este momento son de niños en una escuela escribiendo en un cuaderno o en una pizarra.

Las siguientes imágenes son de Sergio Ramos, Pau Gasol, etc. dando un mensaje

[Habla Sergio Ramos]

Mi 10 por Siria para que este sea el último aniversario...

[Habla Pau Gasol]

...de una guerra que ha dejado a ocho millones y medio de niños y niñas con necesidad de ayuda humanitaria.

[Habla Iturriaga]

Llevan diez años sin rendirse.

[Habla Calderón]

Pero siguen necesitando tu ayuda.

Vuelve a aparecer Fernando Alonso con su camiseta y las siguientes imágenes son también de niños mientras parece otro texto sobreimpreso:

“Súmate a #Mi10xSiria. Nos necesitan.

Entra en [unicef.es/guerra-siria](https://www.unicef.es/guerra-siria)”.

Entre estas imágenes una niña empuja a un niño que va en silla de ruedas.



En la última imagen es la del logo del 75 aniversario de UNICEF con el eslogan “para cada niño”.

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 39/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## 4. Conclusiones

### 4.1. Imagen de la discapacidad

#### 4.1.1. Presencia

- Las personas con discapacidad están presentes en 37 de los 4.506 anuncios analizados, lo que supone un 0,82%.
- Estos anuncios se integran mayoritariamente en el sector de energía, donde la presencia de personas con discapacidad es del 5%, en el sector de servicios públicos y privados donde la presencia de personas con discapacidad se eleva al 4,25% y en el sector varios donde este porcentaje es de un 4,20%. Por número de anuncios los sectores con mayor presencia de personas con discapacidad son servicios públicos y privados (15) y varios (6). Hay que tener en cuenta que el sector Varios engloba al grupo Juegos y apuestas por lo que incluye los anuncios de la ONCE. Por el contrario, la discapacidad está ausente en más de la mitad de los sectores que promocionan sus productos en televisión, como hogar; cultura; enseñanza y medios de comunicación; salud; textil y vestimenta; o limpieza.
- La comparativa de estos datos con los del informe de 2020 reflejan que, en global, la presencia de las personas con discapacidad en los anuncios analizados se ha incrementado en términos absolutos (de 21 a 37), pero, en porcentaje, ha disminuido (de 0,92% a 0,82%).
- Si se tiene en cuenta el número de emisiones (195.393) de los anuncios analizados, aquellos con presencia de la discapacidad lo han sido en 1.410 ocasiones, lo que supone un 0,72%. Esta cifra es, en cualquier caso, muy inferior al peso demográfico de la discapacidad, teniendo en cuenta que según el Informe sobre la Base Estatal de datos de personas con valoración del grado de discapacidad a 31 de diciembre de 2019<sup>1</sup>, la tasa de personas con discapacidad reconocida en Andalucía es del 6,79%. Por prestadores, la presencia de la discapacidad en los anuncios emitidos supone un 0,84% en Bom Cine, un 0,67% en Andalucía TV y un 0,55% en Canal Sur TV.
- Al igual que lo reflejado en el informe de 2020, en la muestra de 2021 no se ha encontrado ningún anuncio que fomente estereotipos. El 100% de la publicidad con presencia de personas con discapacidad transmite una imagen normalizada, activa y no dependiente del colectivo.

#### 4.1.2. Alusión

- El número de anuncios en los que se alude a la discapacidad en 2021 es de 7. En todos ellos aparecen personas con discapacidad. La alusión supone el 0,16% del total.

<sup>1</sup> <https://imserso.es/el-imserso/documentacion/estadisticas/base-estatal-datos-personas-con-discapacidad>

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 40/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

- De las 195.393 emisiones se alude a personas con discapacidad en 200, lo que supone un 0,10%.
- La totalidad de los anuncios con alusión a personas con discapacidad son *spots*. La discapacidad está presente exclusivamente en los sectores de servicios públicos y privados y en industrial, materiales de trabajo y agropecuario.

## 4.2. Medidas de accesibilidad universal

### 4.2.1. Subtitulado

- Se han detectado 320 anuncios subtitulados; esto supone un 7,10% del total de anuncios estudiados.
- Estos anuncios se integran mayoritariamente en los sectores de Servicios públicos y privados con un 2,22%, Salud con un 1,55% y Varios con 1,40%. Por número de anuncios el patrón es el mismo, y los anuncios subtitulados son 100, 70 y 63 respectivamente.
- Hay que tener en cuenta que el sector Servicios públicos y privados incluye la publicidad institucional, cuya legislación estatal indica que se procurará el más completo acceso a la información a las personas con cualquier tipo de discapacidad; asimismo, el sector Salud incluye la publicidad de medicamentos, que señala como obligatorio el cumplimiento de las condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad establecidas en el ordenamiento jurídico para las publicad institucional; y que el sector Varios engloba al grupo Juegos y apuestas por lo que incluye los anuncios de la ONCE.

El análisis realizado muestra que, en 2021, el 68,18% de las comunicaciones comerciales del Sector Público Estatal están subtitulados. En cuanto a las comunicaciones comerciales promovidas por órganos administrativos y entidades dependientes de la Junta de Andalucía se ha detectado que el 72,55% incorpora la subtitulación. En el caso de ayuntamientos y diputación provinciales, solo el 6,90% incluye subtítulos.

Por otra parte, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha constatado que el 100% de los anuncios de medicamentos de la muestra analizada son accesibles.

- La comparativa de estos datos con los del informe de 2020 reflejan que, en global, los anuncios subtitulados se han incrementado notablemente en número (de 251 a 320). Sin embargo, en porcentaje ha disminuido (de un 10,85% a un 7,10%).
- De las 195.393 emisiones están subtituladas 16.572, lo que supone un 8,48%. Por prestadores, este porcentaje supone un 18,97% en Andalucía TV, un 10,35% a Canal Sur TV y un 5,84% en Bom Cine.

#### 4.2.2. Lengua de signos

- Los 12 anuncios con lengua de signos emitidos en 2021 suponen el 0,27% del total.
- Todos los anuncios con lengua de signos pertenecen al sector de Servicios públicos y privados promovidos por el Gobierno de España (campañas institucionales sobre salud) y la Fundación ONCE. La presencia de esta medida de accesibilidad es del 3,40% cuando se toman como referencia sólo las comunicaciones comerciales del citado sector.
- Los resultados del análisis de las comunicaciones comerciales de 2021 reflejan que el 18,18% de las comunicaciones comerciales del Sector Público Estatal incorpora lengua de signos. Por otra parte, ninguna de las comunicaciones comerciales promovidas por órganos administrativos y entidades dependientes de la Junta de Andalucía incluye lengua de signos. Lo mismo ocurre con las de los ayuntamientos y diputación provinciales.
- De las 195.393 emisiones totales tienen lengua de signos 302, lo que supone un 0,16%.

#### 4.2.3. Otros anuncios accesibles

- Se han encontrado 343 anuncios no subtítulos pero accesibles para personas con discapacidad auditiva; esto supone un 7,61% del total de anuncios emitidos. Se encuentran en casi todos los sectores.
- De las 195.393 emisiones, 11.164 son accesibles; esto supone un 5,71% del total.

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 42/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

## 5. Anexo

**Tabla 7: Anuncios por sectores y campañas con presencia, alusión, subtítulo, lengua de signos y otros accesibles**

SECTOR Y CAMPAÑA	PRES.	ALUS.	SUBT.	LSE	ACC.
<b>ALIMENTACIÓN</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>41</b>
ALSUR/PROD.VEGETALES					1
CHUPA CHUPS					1
DANONE/OIKOS/YOGUR					3
DR.OETKER/RISTORANTE PIZZA					1
EL ALMENDRO/GAMA					1
HALLS/CARAMELOS BALSÁMICOS					1
HAMBURDEHESA/HAMBURGUESA					1
HELIOS/FRESA/MERMELADA					1
HELIOS/GAMA			2		
HELIOS/MELOCOTÓN/MERMELADA					1
HELIOS/SALSAS TOMATE			1		
HELIOS/TOMATE FRITO			1		1
KELLOGG'S/GAMA					5
LAY'S/CAMPESINAS-VINAGRETA/PATATAS FRITAS					1
LAY'S/PATATAS FRITAS					3
LU/MIKADO P.CHOCOLATE					1
MATUTANO/DORITOS					4
MENTOS/CARAMELOS MASTICABLES					2
NATURE'S VARIETY/GAMA ALIMENTO PERROS					1
MESCABÉ/BLACK ROAST/CAFÉ					2
MESCABÉ/DOLCE GUSTO					1
MESCABÉ/DOLCE GUSTO/DELICATO/CAFÉ					3
OREO/GALLETAS					3
PEDIGREE/DENTA STIX	4				
PRÍNCIPE-CHIPSAHOY-OREO/MINI					1
PRÍNCIPE-CHIPSAHOY-OREO/MINI-(OREO/GOLDEN/MINI)					1
PRINGLÉS/PATATAS FRIT					1
<b>AUTOMOCIÓN</b>					<b>12</b>
BMW/GAMA ELECTRIFICADA					1
BMW/IX					1
BMW/IX3					1
BMW/IX-I4					1
BMW/SERIE 4 GRAN COUPE					1
CITROEN/C3 AIRCROSS					1
DS AUTOMOBILES/DS 4					1
OPEL/MOKKA					3
RENAULT/SELECTION-(ZOE)					1
TELEFURGO/ALQUILER DE FURGONETAS					1
<b>BEBIDAS</b>	<b>4</b>		<b>3</b>		<b>21</b>
AQUARIUS	4				
COCA COLA					11
COCA COLA/ZERO					2
FREIXENET/CAVA					2
LUSTAU/VERMUT					1
NESTEA/BEBIDA REFRESC					2
PEPSI/MAX					3

Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

42

SECTOR Y CAMPAÑA	PRES.	ALUS.	SUBT.	LSE	ACC.
RUAVIEJA/CREMA			3		
<b>BELLEZA E HIGIENE</b>	<b>1</b>		<b>1</b>		<b>55</b>
ADOLFO DOMÍNGUEZ/AGUA FRESCA DE ROSAS/COLONIA DE MUJER					1
ADOLFO DOMÍNGUEZ/AGUA FRESCA/COLECCIÓN COLONIA HOMBRE					1
ADOLFO DOMÍNGUEZ/LIMA TONKA/FRAGANCIAS					2
ÁFRICA OURO KARITE/MANTECA ECOLÓGICA PARA LA PIEL			1		
ANTONIO BANDERAS/THE ICON/FRAGANCIA MASCULINA					3
CALVIN KLEIN/ETERNITY					1
CAROLINA HERRERA/BAD BOY-BAD BOY LE PARFUM/FRAGANCIAS					2
CAROLINA HERRERA/GOOD GIRL/COLONIA DE MUJER					2
CAROLINA HERRERA/GOOD GIRL-GOOD GIRL EAU DE PARFUM SUPREME					5
CAROLINA HERRERA/GOOD GIRL-VERY GOOD GIRL/EAU DE PARFUM					2
COLGATE TOTAL/DENTIFR					1
COLGATE/ENCÍAS REVITALIZANTE/DENTÍFRICOS					1
COLGATE/GAMA	1				7
DOLCE & GABBANA/K/EAU DE PARFUM					2
DOLCE & GABBANA/K/FRAGANCIA HOMBRE					3
DOLCE & GABBANA/LIGHT BLUE/COLONIA HOMBRE-MUJER					2
GIORGIO ARMANI/ACQUA DI GIO PROFONDO/PERFUME HOMBRE					1
GIORGIO ARMANI/MY WAY/PERFUME MUJER					1
GUCCI/GUCCI GUILTY/COLONIA DE HOMBRE-MUJER					2
HUGO BOSS/BOSS BOTTLED UNITED/COLONIA HOMBRE					2
ISSEY MIYAKE/A DROP D'ISSEY/FRAGANCIA					2
ISSEY MIYAKE/FUSION D'ISSEY/FRAGANCIA MASCULINA					2
JEAN PAUL GAULTIER/LE MALE-LE MALE PARFUM					1
MAC COSMETICS					1
NARCISO RODRÍGUEZ/COLONIA FEMENINA					2
PACO RABANNE/1 MILLION-LADY MILLION/PERFUME HOMBRE-MUJER					3
PACO RABANNE/INVICTUS-OLYMPEA/PERFUME HOMBRE-MUJER					1
SENSODYNE/DENTÍFRICO					2
<b>CONSTRUCCIÓN</b>					<b>4</b>
SOMFY/AUTOM.TOLDOS-PE					4
<b>CULTURA, ENSEÑANZA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>			<b>4</b>		<b>18</b>
12GRADOS.COM					4
ANDALUCÍA MASTERS/TORNEO DE GOLF					1
CAMILO/GIRA					1
COMPANY/MUSICAL					2
EL ARREBATO/CONCIERTO					1
EL CIRCO ENCANTADO/ESPECTÁCULO					2
FESTIVAL DE SEVILLA					1
HBO MAX/PLATAFORMA DIGITAL					2
HORSE TV/CANAL DE TELEVISIÓN					1
LIGA NAL.FUTBOL PROFE			2		
MANOLO GARCÍA/GIRA 22					1
NAUTICAL CHANNEL/CANAL DE TELEVISIÓN					1
PLAZA DE TOROS DE SEVILLA			1		
ROMEO Y JULIETA, UN AMOR INMORTAL/MUSICAL					1
UNA LUZ EN LA OSCURIDAD/DOCUMENTAL			1		
<b>DEPORTES Y TIEMPO LIBRE</b>					<b>1</b>
BIOPARC/ZOOLÓGICO					1

SECTOR Y CAMPAÑA	PRES.	ALUS.	SUBT.	LSE	ACC.
<b>DISTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN</b>	<b>3</b>		<b>15</b>		<b>88</b>
AMAZON/OFERTAS DE NAVIDAD	1				
AMAZON/PRIME					9
AMAZON/SEMANA DE BLACK FRIDAY					1
AMAZON/TIENDA ONLINE					4
DECATHLON/QUECHUA/NH 500 ADULTO/ZAPATILLAS SENDERISMO			1		
DECATHLON/QUECHUA/NH100 20L/MOCHILA SENDERISMO			1		
DECATHLON/T.DEPORTES			12		
EL C. INGLÉS/ELECTRONI					1
EL CORTE INGLÉS	2				5
EL CORTE INGLÉS/8 DÍAS DE ORO					7
EL CORTE INGLÉS/BLACK FRIDAY TOTAL					9
EL CORTE INGLÉS/DESCUENTOS TOP					8
EL CORTE INGLÉS/ELECTRÓNICA & ELECTRODOMÉSTICOS/TECNOPRECIOS					2
EL CORTE INGLÉS/JUGUE					1
EL CORTE INGLÉS/LO MEJOR PARA EL FINAL					1
EL CORTE INGLÉS/MODA					7
EL CORTE INGLÉS/REBAJ					2
EL CORTE INGLÉS/UN INVIERNO DE OPORTUNIDADES					2
EL CORTE INGLÉS/UN VERANO DE OPORTUNIDADES					2
EL CORTE INGLÉS/VENTA PRIVADA					1
EL JAMÓN/SUPERMERCADO					1
FAMILY CASH/SUPERMERCADO					1
HIPERCOR-EL CORTE INGLÉS/ELECTRODOMÉSTICOS/TECNOPRECIOS					2
HIPERCOR-EL CORTE INGLÉS/QUINCENA DEL AIRE ACONDICIONADO					1
HIPERCOR-EL CORTE INGLÉS/SUPERMERCADO					1
HIPERCOR-EL CORTE INGLÉS/SUPERMERCADO/CHEQUES MÁGICOS					2
HIPERCOR-EL CORTE INGLÉS/SUPERMERCADO/LO MEJOR PARA EL FINAL					1
HIPERCOR-EL CORTE INGLÉS/SUPERMERCADO/PRODUCTOS FRESCOS					6
KENTUCKY FRIED CHICKEN/INFAME/HAMBURGUESA					2
KENTUCKY FRIED CHICKEN/LA CHINGONA					1
MCARTHURGLEN/DESIGNER OUTLET					2
SPRINTER/T.DEPORTES			1		
ZALANDO.ES/SEGUNDA MANO					2
ZALANDO/PRIVE					4
<b>ENERGÍA</b>	<b>2</b>		<b>10</b>		<b>1</b>
HOLALUZ/COMPAÑÍA ELÉCTRICA			5		
HOLALUZ/TARIFA JUSTA			3		
IBERDROLA	2				
LA CATRIA/ESTACIÓN DE SERVICIO			1		
NATURGY/TARIFA PLANA ZEN					1
SOCIAL ENERGY/ENERGÍA SOLAR			1		
<b>EQUIPOS DE OFICINA, COMERCIO</b>					<b>3</b>
TIKTOK/APLICACIÓN					3
<b>FINANZAS Y SEGUROS</b>	<b>1</b>		<b>21</b>		<b>20</b>
AXA/SEGUROS	1				1
BANKINTER/BANCO			2		
CAIXABANK/BANCO			4		
CAIXABANK/CUENTA IMAGIN KIDS					1
CAIXABANK/EMPRESAS			2		

SECTOR Y CAMPAÑA	PRES.	ALUS.	SUBT.	LSE	ACC.
FIATC/SEGUROS					5
GENERALI/SEGUROS					5
GENERALI/VITALITY/PROGRAMA DE SALUD					1
MOVISTAR PROSEGUR/ALARMAS			9		
MUTUA MADRILEÑA/SEGURO DE MOTO					3
OCASO/SEGUROS					1
SANITAS/BLUAI/SEGURO DE SALUD			4		
SANTANDER/BANCO					2
TRAVELFINE/SEGUROS VIAJES					1
<b>HOGAR</b>			<b>19</b>		<b>10</b>
BALAY/GAMA			3		5
BALAY/LAVADORA-(EL CORTE INGLÉS)			1		
BALAY/LAVADORA-(TIEN 21/T. ELECTRODOMÉSTICOS)			1		
BALAY/LAVADORAS			6		
BALAY/PLACA FLEX INDUCCIÓN			2		
BALAY/PLACA FLEX INDUCCIÓN-(TIEN 21/T. ELECTRODOMÉSTICOS)			1		
BALAY/SERIE CRISTAL/GAMA			2		
BALAY/SERIE CRISTAL/GAMA-(EL CORTE INGLÉS)			1		
BALAY/SERIE CRISTAL/GAMA-(MILAR/T. ELECTRODOMÉSTICOS)			1		
EMMA/BLACK FRIDAY					1
FAGOR/GAMA					1
MUNDOCLIMA/AIRE ACONDICIONADO			1		
PIKOLIN					1
SCOTTEX/ACOLCHADO					2
<b>INDUSTRIAL, MATERIALES DE TRABAJO Y AGROPECUARIO</b>	<b>1</b>	<b>1</b>			
METALU/ASCENSOR ACUÁTICO	1	1			
<b>LIMPIEZA</b>			<b>1</b>		<b>3</b>
ASEVI/PRODUCTOS DE LIMPIEZA					1
JOHNSON/GLADE/ELÉCTRICO ACEITES ESENCIALES/AMBIENTADOR					1
JOHNSON/GLADE/VARILLAS/AMBIENTADOR					1
SWIFFER/PLUMERO-MOPA			1		
<b>OBJETOS PERSONALES</b>					<b>13</b>
TOUS/JOYAS					13
<b>SALUD</b>			<b>70</b>		<b>4</b>
ASTA MEDICA/BETAD.GEL			2		
BISOLVON/ANTITUSIVO COMPOSITUM-(MUCOSAN/MUCOLÍTICO)			1		
BOEHRINGER INGELHEIM/LIZIPAINA			1		
DAFLON/ANTIVARICES			2		
DORMIDINA/SOMNÍFEROS			4		
FHER/PHARMATON COMPLE			2		2
FLOGOPROFEN/GEL ANALGÉSICO			3		
FLOGOPROFEN/GEL ANESTÉSICO-(FLOGOPATCH)			4		
FRENADOL/COMPLEX			2		
FUCA REGULARIDAD/LAXANTE VEGETAL			2		
GAVISCON/FORTE/DOBLE ACCIÓN/ANTIÁCIDO			2		
GELOCATIL/MEDICAMENTO			2		
GELOCATIL/MEDICAMENTO-(GELOCATIL/GRIPE-GRIPE FORTE)			4		
GELOCATIL/MEDICAMENTO-(GELOPROFEN)			1		
GELOCATIL-GELODOL CREMA			3		
HRA PHARMA/ELLAONE/ANTICONCEPTIVO DEL DÍA DESPUÉS			3		

Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

45

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 46/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

SECTOR Y CAMPAÑA	PRES.	ALUS.	SUBT.	LSE	ACC.
LACER/ANSO/TRATAMIENTO HEMORROIDES			3		
MENARINI/ENANDOL/ANALGÉSICO			1		
MICRALAX/MICROENEMA			2		
MYLAN/DALSY			2		
NUROFEN/RAPID/CAPSULAS LIQUIDAS			2		
PANKREOFLAT/COMPRIMIDOS			2		
REFLEX			1		
STREPSILS/MIEL Y LIMÓN			1		
STREPSILS/MIEL Y LIMÓN-(CON VITAMINA C)			1		
THROMBOCID/FORTE/POMADA			5		
VENORUTON/MEDICAMENTO			2		
VICKS/VAPORUB			2		
VOLTADOL FORTE/GEL ANALGÉSICO-ANTIINFLAMATORIO			5		2
ZAMBON/ESPIDIDOL/COMPRIMIDOS EFERVESCENTES			3		
<b>SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>31</b>
(NC)CARITAS/FUNDAC.BE			1		
(NC)FAD			3		
(NC)INTERMON OXFAM			1		
(NC)UNICEF	1				4
AEPS/ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE PUBLICIDAD DE SEVILLA					1
AGROCOLOR/AUDITORIA Y CERTIFICACIÓN AGROALIMENTARIA					1
ARTESANÍA HECHA EN ANDALUCÍA			1		
AUDIKA/CENTROS AUDITIVOS			1		
AYTO.LUCENA					1
AYTO.ROQUETAS DE MAR			1		
AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA/TURISMO					1
C.A.VALENCIA/TURISMO			8		
CAA/CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA			1		
COSTA TROPICAL/GRANADA					1
DIPUTACIÓN DE MÁLAGA					1
DIPUTACIÓN DE SEVILLA/PLAN CONTIGO					4
EL AUDIOVISUAL EN LA ESCUELA/CONCURSO			1		
FUNDACIÓN CAJASOL			2		4
FUNDACIÓN CEOE/PLAN SUMAMOS	1				
FUNDACIÓN LUZON/UNIDOS CONTRA LA ELA	1	1	1		
GOBIERNO ARAGÓN/ALIMENTOS NOBLES					5
GOBIERNO DE ESPAÑA/#YOME VACUNO SEGURO			6	6	
GOBIERNO DE ESPAÑA/ALIMENTOS DE ESPAÑA			5		
GOBIERNO DE ESPAÑA/CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA DE GENERO			3		
GOBIERNO DE ESPAÑA/CAMPAÑA IGUALDAD			1		
GOBIERNO DE ESPAÑA/CAMPAÑA SALUD MENTAL			1	1	
GOBIERNO DE ESPAÑA/PLAN NACIONAL RESISTENCIA ANTIBIÓTICOS				1	
INFOJOBS/APLICACIÓN					2
INTERREG/COOPERACIÓN TERRITORIAL EUROPEA			2		
J.AND./TURISMO			6		
J. ANDALUCÍA/INCENDIOS			1		
J.COM.CAST.MANCHA/TUR					1
JUNTA ANDALUCÍA/#CONSUMEANDALUCIA			2		
JUNTA ANDALUCÍA/28F DÍA DE ANDALUCÍA	1		2		
JUNTA ANDALUCÍA/ANDALUCÍA ACREDITA			1		

Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

46

SECTOR Y CAMPAÑA	PRES.	ALUS.	SUBT.	LSE	ACC.
JUNTA ANDALUCÍA/ANDALUCÍA EN MARCHA			1		
JUNTA ANDALUCÍA/AYUDAS SEGUROS AGRARIOS			1		
JUNTA ANDALUCÍA/C. EDUCACION Y CIENCIA/ESCOLARIZACIÓN			2		
JUNTA ANDALUCÍA/CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA DE GENERO			1		
JUNTA ANDALUCÍA/CAMPAÑA VACUNACIÓN COVID-19			2		
JUNTA ANDALUCÍA/CENTROS DE DÍA PERSONAS MAYORES Y CON DISCAP	1	1	1		
JUNTA ANDALUCÍA/CONS. EDUCACIÓN Y DEPORTE/MENTOR 10/PROGRAMA	2				
JUNTA ANDALUCÍA/CONS. EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE	1				
JUNTA ANDALUCÍA/CONSUMO RESPONDE			2		
JUNTA ANDALUCÍA/DÍA INTERNACIONAL CONTRA VIOLENCIA MUJERES			1		
JUNTA ANDALUCÍA/DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER			1		
JUNTA ANDALUCÍA/TODOS LOS DÍAS SON EL DÍA PEQUEÑO COMERCIO			1		
JUNTA ANDALUCÍA-ECOVIDRIO			1		
JUNTA ANDALUCÍA-UE/FONDOS EUROPEOS	1		5		
JUNTA DE ANDALUCÍA/GUSTO DEL SUR/ACEITE OLIVA VIRGEN EXTRA			1		
M.AGRIC.P.ALIM/S.AGRA			2		
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030/D.SOSTENIBLE			1		
MINISTERIO DE TRANSPORTES,MOVILIDAD Y AGENDA URBANA			1		
MINISTERIO INTERIOR/DGT			8		
OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS/STOP FALSIFICACIONES			1		
OIVE/ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL VINO DE ESPAÑA			4		
ONCE/GRUPO SOCIAL	4	4	4	4	
RED RURAL NACIONAL			1		
SENADO/JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS					1
SITGES/TURISMO					1
THE CLIMATE PLEDGE/FUNDACIÓN			2		
TUSSAM/TRANSPORTE PUBLICO			1		
5UGT/FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES	2		2		
X TANTOS/PROGRAMA PARA SOSTENIMIENTO ECONÓMICO DE LA IGLESIA			2		
X.GALICIA/TURISMO					1
XUNTA GALICIA/XACOBEO					2
<b>TELECOMUNICACIONES E INTERNET</b>			<b>5</b>		<b>4</b>
MOVISTAR+/FUSIÓN INICIA INFINITO			2		
SAMSUNG/GALAXY/GAMA					1
TELECABLE/FIBRA ÓPTICA					1
TELFÓNICA			3		
XIAOMI/MI 11 5G/TELÉFONO MÓVIL					2
<b>TEXTIL Y VESTIMENTA</b>					<b>4</b>
DOCKERS/PANTALONES					2
WOMEN'S SECRET					2
<b>TRANSPORTE, VIAJES Y TURISMO</b>			<b>4</b>		<b>9</b>
AIRBNB.ES					5
IBERIA/LÍNEAS AÉREAS			3		
MSC CRUCEROS					4
RENFE			1		
<b>VARIOS</b>	<b>6</b>		<b>63</b>		<b>1</b>
888CASINO.ES					1
ONCE/CUPÓN EXTRA DE NAVIDAD			6		
ONCE/EL SUELDAZO DEL FIN DE SEMANA			2		
ONCE/EURO JACKPOT			5		

Informe sobre la presencia de la discapacidad en la publicidad 2021

47

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 48/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

SECTOR Y CAMPAÑA	PRES.	ALUS.	SUBT.	LSE	ACC.
ONCE/JUEGOS	6		6		
ONCE/MI DÍA			4		
ONCE/RASCA GALLETA DE LA FORTUNA			4		
ONCE/RASCA GRAN RUEDA DE LA FORTUNA			4		
ONCE/RASCA MEGA MILLONARIO			4		
ONCE/RASCAS MULTIPLICADOR			2		
ONCE/SORTEO 11/11			5		
ONCE/SORTEO EXTRAORDI			17		
ONCE/SUPER ONCE/CUPÓN			4		
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>7</b>	<b>320</b>	<b>12</b>	<b>343</b>

## 6. Índice de tablas

Tabla 1: N° anuncios con presencia, alusión, subtítulo, lengua de signos y otros accesibles por tipo de publicidad.....	6
Tabla 2: N° anuncios con presencia, alusión, subtítulo, lengua de signos y otros accesibles por sector .....	7
Tabla 3: N° emisiones de anuncios con presencia, alusión, subtítulo, lengua de signos y otros accesibles por canal .....	10
Tabla 4: Anuncios de medicamentos con subtítulos y otros accesibles.....	12
Tabla 5: N° de anuncios de publicidad institucional con subtítulos y lengua de signos.....	12
Tabla 6: Anuncios de publicidad institucional con subtítulo y lengua de signos .....	13
Tabla 7: Anuncios por sectores y campañas con presencia, alusión, subtítulo, lengua de signos y otros accesibles .....	42

## 7. Ficha técnica

**Nº total de datos analizados:**

4.506 Comunicaciones comerciales

**Empresa catalogadora:**

Kantar Media / Memorándum Multimedia

**Diseño del informe:**

Área de Contenidos

**Equipo técnico del CAA:**

Jesús Martín Ruiz

José A. Barrera Castaño

Nuria C. Rodríguez Moreno

**Nº de horas de explotación de datos y de realización del informe:**

200 horas

FIRMADO POR	FELIPE RODRIGUEZ FERNANDEZ	26/01/2023	PÁGINA 51/51
VERIFICACIÓN	Pk2jmMK8RV49NZ6R9TDY92792HP7HX	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	