



Coimisiún
na Meán

Código de los servicios de comunicación y Normas de los servicios de comunicación

Prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición

Fecha de publicación: noviembre de 2024

Índice

1.	Introducción	3
2.	Ámbito de aplicación y jurisdicción	3
3.	Finalidad, preparación y aplicación del Código y las Normas	5
	Objeto	5
	Preparación del Código y las Normas	5
4.	Principios reguladores pertinentes para el Código y las Normas	5
	Objetivos generales y funciones legales	6
	Objetivos legales específicos	7
5	Separabilidad	7
6	Exención	8
7	Conformidad y ejecución	8
8	Reclamaciones e información	8
9	Orientaciones	9
10	Definiciones. Código de servicios de comunicación y Normas de los servicios de comunicación	9
	Disposiciones del Código de servicios de comunicación	13
11	Contenido nocivo	13
12	Derechos de obras cinematográficas	14
13	Comunicaciones comerciales audiovisuales	14
14	Patrocinio	16
15	Emplazamiento del producto	17
	Disposiciones de las normas de los servicios de comunicación	19
16	Accesibilidad de los servicios audiovisuales a petición	19
	Orientaciones	22
	Factores de influencia	22



1. Introducción

- 1.1 De conformidad con el artículo 46 *quindecies*, apartado 1, y el artículo 46 *sexdecies*, apartados 1 y 5, de la Ley de radiodifusión televisiva de 2009, modificada por la Ley sobre seguridad en línea y regulación de los medios de comunicación (Ley reguladora de los medios de comunicación y la seguridad en línea de 2022) (la «**Ley**»), la Comisión de medios de comunicación (la «**Comisión**») podrá establecer códigos y normas (**Códigos de servicios de comunicación** y **«Normas de los servicios de comunicación»**), regular las normas y prácticas de los organismos de radiodifusión televisiva y de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición.
- 1.2 De conformidad con el artículo 46 *quindecies*, apartado 5, de la Ley, la Comisión establecerá códigos de servicios de comunicación en los que se establezcan los aspectos exigidos por el artículo 5, el artículo 6, apartado 1, el artículo 6 *bis*, apartados 1 a 3, el artículo 7 *ter*, y los artículos 8, 9, 10 y 11, de la Directiva (UE) 2010/13, modificada por la Directiva (UE) 2018/1808 (la «**Directiva de servicios de comunicación audiovisual**») (excepto en la medida en que lo prevean las normas sobre los servicios de comunicación).
- 1.3 De conformidad con el artículo 46 *sexdecies*, apartado 9, de la Ley, las normas sobre servicios de comunicación establecerán las cuestiones que deben establecerse en el artículo 6, apartado 1, el artículo 6 *bis*, apartado 1, el artículo 7, el artículo 7 *ter*, los artículos 8, 9, 10 y 11, el capítulo VI y los artículos 23, apartado 2, 24 y 25, de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (excepto en la medida en que lo prevean los códigos de servicios de comunicación).
- 1.4 De conformidad con sus deberes legales y obligaciones establecidas con anterioridad, la Comisión ha elaborado este Código de servicios de comunicación (el «**Código**») y estas Normas de los servicios de comunicación (las «**Normas**»).¹ El Código y las Normas surtirán efecto el 5 de noviembre de 2024.

2. Ámbito de aplicación y jurisdicción

- 2.1 El Código y las Normas dan efecto al artículo 5, artículo 6, apartado 1, artículo 6 *bis*, apartados 1 a 3, y los artículos 7, 8, 9, 10 y 11, de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual en Irlanda, en la medida en que se refieren a servicios de comunicación audiovisual a petición.
- 2.2 En consecuencia, el Código y las Normas se aplican a los prestadores de servicios de

¹ La Comisión de medios de comunicación reconoce el papel del Grupo de servicios de comunicación audiovisual a petición («ODAS», por su versión en inglés) y su Código de conducta a la hora de proporcionar un marco regulador para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición antes de la introducción del Código y las Normas. Tras la publicación del Código y las Normas, la base reglamentaria para el Código de conducta del Grupo de servicios de comunicación audiovisual a petición será revocada a través de un instrumento jurídico. La Comisión de medios de comunicación continuará su compromiso continuo con los miembros del Grupo de servicios de comunicación audiovisual a petición como parte de su compromiso reglamentario con el sector a petición en general.



- comunicación que prestan servicios de comunicación audiovisual a petición.
- 2.3 El Código y las Normas se aplican únicamente a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición que estén bajo la jurisdicción del Estado en el sentido del artículo 2 *bis* de la Ley.



3. Finalidad, preparación y aplicación del Código y las Normas

Objeto

- 3.1 El objetivo del Código y las Normas es garantizar que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición que se encuentran bajo la jurisdicción del Estado cumplan los requisitos del artículo 5, artículo 6, apartado 1, artículo 6 *bis*, apartados 1 a 3, y los artículos 7, 8, 9, 10, y 11, de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual.

Preparación del Código y las Normas

- 3.2 De conformidad con el artículo 46 *quindecies*, apartado 6, de la Ley, la Comisión ha tenido en cuenta las siguientes cuestiones al elaborar el Código: -
- el grado de daño o delito que pueda causar la inclusión de un asunto concreto en el material del programa,
 - el tamaño y la composición probables del público potencial del material del programa,
 - las expectativas probables del público en cuanto a la naturaleza del material del programa y la medida en que la naturaleza del material del programa puede ponerse en conocimiento de los posibles miembros del público,
 - la probabilidad de que las personas que desconocen la naturaleza del material del programa se vean expuestas involuntariamente a él por sus propias acciones,
 - la conveniencia de garantizar que el prestador de un servicio de radiodifusión televisiva o un servicio de comunicación audiovisual a petición informe a la Comisión de cualquier cambio que afecte a la naturaleza del servicio y, en particular, de cualquier cambio pertinente para la aplicación de los códigos de servicios de comunicación,
 - la conveniencia de mantener la independencia del control editorial sobre los programas.
- 3.3 El Código y las Normas se han elaborado de conformidad con los procedimientos previstos en el artículo 46 *octodecies* de la Ley.

4. Principios reguladores pertinentes para el Código y las Normas

- 4.1 En su interpretación, aplicación y ejecución del Código y las Normas, la Comisión, de



conformidad con sus obligaciones de Derecho público, debe actuar de manera legal, racional y equitativa.

4.2 Más concretamente, la Comisión debe actuar de conformidad con:

- sus objetivos generales y funciones legales en virtud de la Ley,
- los objetivos legales específicos en los que se basan el Código y las Normas,
- los derechos conferidos por la Constitución, la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, el Convenio Europeo de Derechos Humanos, en la medida en que sean aplicables en virtud de la Ley del Convenio Europeo de Derechos Humanos de 2003 y los Tratados de la UE.

4.3 En su interpretación y aplicación del Código y las Normas, la Comisión tendrá debidamente en cuenta:

- la ratificación por el Estado de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, en particular el artículo 9 (Accesibilidad), el artículo 21 (Libertad de expresión) y el artículo 30 (Participación en la vida cultural, las actividades recreativas, el esparcimiento y el deporte),
- las disposiciones de la Ley Europea de Accesibilidad y el I. L. n.º 636/2023 – Reglamento de la Unión Europea (requisitos de accesibilidad de los productos y servicios) de 2023 (cuya entrada en vigor está prevista para el 28 de junio de 2025).

Objetivos generales y funciones legales

4.4 El artículo 7, apartado 2, de la Ley establecen que, en el ejercicio de sus funciones, la Comisión se esforzará por garantizar el respeto de los valores democráticos consagrados en la Constitución, especialmente los relativos a la libertad legítima de expresión, y la protección de los intereses de la población, incluidos los intereses de los niños, con un compromiso particular con la seguridad de los niños. La Comisión también se esforzará por garantizar que las políticas de la Comisión en relación con los servicios de comunicación audiovisual a petición respondan mejor a las necesidades de la población de la isla de Irlanda en lo que respecta a las personas con discapacidad, así como a sus requisitos de accesibilidad a dichos servicios.

4.5 Además, la Comisión debe esforzarse por garantizar que sus disposiciones reglamentarias: i) aborden el material del programa y otros contenidos que sean nocivos o ilícitos; ii) tengan en cuenta los cambios tecnológicos y sociales; y iii) funcionen de manera proporcionada, coherente y justa.

4.6 El artículo 7, apartado 3, de la Ley establece que, además, la Comisión, entre otras cosas debe:

- estimular la oferta de programas de alta calidad, diversos e innovadores por



- parte de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición,
- promover y fomentar la sostenibilidad medioambiental en las políticas y prácticas de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición,
 - participar en la toma de decisiones basadas en pruebas en el ejercicio de sus funciones y promover la toma de decisiones basada en pruebas por parte de aquellos con los que consulta,
 - fomentar el cumplimiento de las disposiciones de la Ley, así como de las disposiciones de cualquier código, norma u otro instrumento jurídico establecido en virtud de esta, de cualquier manera que la Comisión considere oportuno, incluso mediante la publicación de orientaciones sobre cómo pueden cumplirse dichas disposiciones.
- 4.7 De conformidad con el artículo 7, apartado 4, de la Ley, en el ejercicio de sus funciones, la Comisión tendrá en cuenta: la seguridad de los niños y las políticas publicadas por el Ministro de Infancia, Igualdad, Discapacidad, Integración y Juventud al respecto; la regulación de los juegos de azar y las políticas publicadas por el Ministro de Justicia al respecto, el cambio climático y la sostenibilidad medioambiental, y las políticas publicadas por el Ministro de Medio Ambiente, Clima y Comunicaciones al respecto, y las políticas publicadas por el Gobierno con respecto a cualquiera de estas cuestiones.

Objetivos legales específicos

- 4.8 De conformidad con el artículo 46 *quindecies*, apartado 5, y el artículo 46 *sexdecies*, apartado 9, de la Ley, el objetivo del Código y las Normas es garantizar que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que prestan servicios de comunicación audiovisual a petición y están bajo la jurisdicción del Estado cumplen los requisitos del artículo 5, artículo 6, apartado 1, artículo 6 *bis*, apartados 1 a 3, y los artículos 7, 8, 9, 10 y 11, de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual.

5 Separabilidad

- 5.1 Si alguna disposición del Código y las Normas se considera ilícita, inválida, prohibida, inejecutable o inaplicable (ya sea con carácter general o con respecto a un prestador o prestadores de servicios de comunicación concretos) en cualquier aspecto, sobre la base de cualquier ley (incluida la Constitución y la legislación europea), dicha constatación no afectará a la legalidad, validez, ejecutabilidad o aplicabilidad de cualquier otra disposición del Código y las Normas ni parte de ella, a menos que la constatación se declare aplicable a esa otra disposición o parte de ella, o que la misma sea objeto de la exención concedida por un órgano jurisdiccional.
- 5.2 Sin perjuicio de lo anterior, todas las demás disposiciones o partes del Código y las Normas seguirán siendo plenamente efectivas, aplicables y ejecutables. En la medida en que sea necesario, cualquier disposición o parte del Código y las Normas que se



consideré ilegal, inválida, prohibida, inejecutable o inaplicable quedará excluida del Código y las Normas.

6 Exención

- 6.1 El hecho de que la Comisión no responda o formule observaciones con respecto a alguna presentación, evaluación, propuesta, informe, declaración de compatibilidad o cualquier otro documento análogo que le haya presentado un prestador de servicios de comunicación audiovisual a petición, incluido en el registro de prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición creado por la Comisión de conformidad con la Ley, no se considerará una aceptación o aprobación del contenido de ninguna parte de estos y no implicará que el prestador de servicios de comunicación haya cumplido las obligaciones que le incumben en virtud de la Ley o del Código y las Normas.
- 6.2 Sin perjuicio de lo anterior, el hecho de que la Comisión no responda o formule observaciones con respecto a alguno de estos documentos no podrá crear una doctrina de los actos propios en contra de los poderes o derechos que le confiere la Ley o el Código, ni constituir una exención por parte de la Comisión de medios de comunicación de ninguno de sus poderes o derechos.

7 Conformidad y ejecución

- 7.1 De conformidad con el artículo 46 *quindecies*, apartado 10, y el artículo 46 *sexdecies*, apartado 11, de la Ley, el incumplimiento del Código o las Normas por parte de un prestador de servicios de comunicación audiovisual constituirá una infracción a efectos de la parte 8 *ter* de la Ley.
- 7.2 El prestador de servicios de comunicación audiovisual se asegurará de que dispone de sistemas y controles para demostrar el cumplimiento de las obligaciones contenidas en el Código y las Normas.
- 7.3 De conformidad con el artículo 47, apartado 3, de la Ley, los prestadores de servicios de comunicación que presten un servicio de comunicación audiovisual a petición están obligados a elaborar y aplicar un código de buenas prácticas para la tramitación de las reclamaciones relacionadas con el incumplimiento por parte del prestador de servicios de comunicación, del Código de servicios de comunicación o las normas de los servicios de comunicación.

8 Reclamaciones e información

- 8.1 Una persona podrá presentar una reclamación si considera que un prestador de servicios de comunicación a petición no ha cumplido lo dispuesto en el presente Código



y Normas.

A este respecto, y teniendo en cuenta la obligación, en virtud del artículo 7 de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual, de que cada Estado miembro pondrá a disposición del público para su consulta en línea un único punto de contacto, de fácil acceso incluso por parte de las personas con discapacidad, para facilitar información y recibir quejas sobre las cuestiones de accesibilidad, la Comisión ha creado un Centro de contacto para tramitar las consultas y recibir las reclamaciones relativas a cualquier problema de accesibilidad.

La información sobre el proceso de tramitación de reclamaciones está disponible en nuestro sitio web (www.cnam.ie) o puede ponerse en contacto con la Comisión llamando al + 353 1 963 7755 o a través de usersupport@cnam.ie.

- 8.2 La Comisión aconseja a los denunciantes que presenten su reclamación ante el prestador del servicios de comunicación audiovisual a petición en primer lugar, ya que se trata de la manera más rápida de que se examine y responda una reclamación.²

9 Orientaciones

- 9.1 La Comisión podrá proporcionar orientaciones generales no vinculantes sobre las disposiciones del Código y las Normas previa solicitud o cuando se considere necesario. La Comisión se reserva el derecho de publicar y modificar periódicamente las orientaciones cuando lo considere oportuno.
- 9.2 Las solicitudes de orientación deben incluir el material pertinente vinculado a la solicitud de orientación. La solicitud debe indicar claramente las secciones del Código y las Normas que el solicitante considera pertinentes, y establecer la cuestión específica sobre la que el solicitante desearía una opinión.
- 9.3 La Comisión no asume ninguna responsabilidad por ninguna decisión (o consecuencias derivadas de ella) adoptada tras recibir orientaciones no vinculantes de la Comisión.

10 Definiciones. Código de servicios de comunicación y Normas de los servicios de comunicación

«Servicios accesibles»: subtítulos, SPS, lengua de signos (incluida la lengua de signos irlandesa en el caso de los servicios dirigidos al público irlandés) y audiodescripción, tal como se definen en el presente Código y Normas.

² En el caso de las comunicaciones comerciales, un proceso de reclamaciones de índole no reglamentaria es gestionado por la Autoridad de Normas de Publicidad (ASA, por su versión en inglés). La Autoridad de Normas de Publicidad evalúa las reclamaciones con respecto a su Código de normas para las comunicaciones publicitarias y de *marketing* en Irlanda; véase <https://adstandards.ie> para más información. Procesos de reclamación similares son gestionados en otros Estados miembros europeos por otros miembros de la Alianza Europea para la Deontología Publicitaria (véase <https://www.easa-alliance.org/>).



«Audiodescripción»: un comentario que ofrece a los espectadores con problemas de visión una descripción verbal de lo que está ocurriendo en la pantalla en cualquier momento. Se presta como ayuda para la comprensión y el disfrute del programa. La técnica utiliza una segunda pista de sonido que ofrece una descripción del contenido del programa y de la acción en pantalla.

«Comunicación comercial audiovisual»: una comunicación comercial consistente en imágenes con o sin sonido destinadas a promocionar, de manera directa o indirecta, bienes, servicios o la imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica; estas imágenes acompañan o se incluyen en un programa o en un vídeo generado por usuarios a cambio de una remuneración o contraprestación similar, o bien con fines de autopromoción. La publicidad televisiva, el patrocinio, la televenta y el emplazamiento de producto son, entre otras, formas de comunicación comercial audiovisual.

«Servicio de comunicación audiovisual»:

- (a) i) un servicio en el sentido de los artículos 56 y 57 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea,
 - (i) en el que el objetivo principal del servicio; o
 - (ii) el objetivo principal de una parte disociable del servicio;es proporcionar programas audiovisuales, por redes de comunicaciones electrónicas, al público en general, bajo la responsabilidad editorial del prestador del servicios, con el fin de informar, entretenir o educar; o
- (b) una comunicación comercial audiovisual.

«Servicio de comunicación audiovisual a petición (servicio a petición)»: servicio de comunicación audiovisual prestado por un prestador de servicios de comunicación para el visionado de programas en el momento elegido por el usuario y a petición individual de este sobre la base de un catálogo de programas seleccionado por el prestador de servicios de comunicación.

«SPS o subtulado para personas sordas»: texto en pantalla que representa lo que se dice en la pantalla. Sin embargo, aunque similar al subtulado, no es tan sofisticado e implica una representación más básica de lo que se dice en la pantalla, a veces con un solo color, literalidad y solo puede tener el texto en mayúsculas.

«Niño o niños»: persona o personas menores de 18 años.

«Responsabilidad editorial»: el ejercicio de un control efectivo tanto sobre la selección de los programas como sobre su organización, ya sea en un horario cronológico, en el caso de las radiodifusiones televisivas, o en un catálogo, en el caso de los servicios de comunicación audiovisual a petición. La responsabilidad editorial no implica necesariamente una responsabilidad legal con arreglo al Derecho nacional, para los contenidos o los servicios prestados.



«Red de comunicaciones electrónicas»: sistemas de transmisión, basados o no en una infraestructura permanente o en una capacidad de administración centralizada, y, en su caso, equipos de conmutación o direccionamiento y otros recursos, incluidos los elementos de red que no estén activos, que permitan el transporte de señales por cable, radio, medios ópticos u otros medios electromagnéticos, incluidas las redes por satélite, las redes fijas (conmutación de circuitos y paquetes, incluida internet) y móviles, los sistemas de cable eléctrico, en la medida en que se utilicen para transmitir señales, las redes utilizadas para la radiodifusión radiofónica y televisiva y las redes de televisión por cable, independientemente del tipo de información transmitida.

«Lengua de signos irlandesa»: el lenguaje natural indígena de la comunidad sorda en Irlanda. Es un lenguaje visual y espacial de las manos, pero también de la cara y el cuerpo. La lengua de signos irlandesa tiene sus propias estructuras, reglas y características lingüísticas complejas.

«Prestador de servicios de comunicación»: la persona física o jurídica que tiene la responsabilidad editorial de la elección del contenido audiovisual del servicio de comunicación audiovisual y determina la forma en que se organiza.

«Emplazamiento de producto»: cualquier forma de comunicación comercial audiovisual consistente en la inclusión o referencia de un producto, un servicio o su marca comercial de manera que aparezca en un programa o en un vídeo generado por los usuarios a cambio de una remuneración o contraprestación similar.

«Programa»: un conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario, con independencia de su duración, dentro de un horario de programación o de un catálogo elaborado por un prestador de servicios de comunicación, incluidos los largometrajes, los vídeos cortos, los eventos deportivos, las comedias de situación, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales.

«Lengua de signos»: es el lenguaje natural indígena de una comunidad sorda. Es un lenguaje visual y espacial de las manos, pero también de la cara y el cuerpo. La lengua de signos tiene sus propias estructuras, reglas y características lingüísticas complejas.

«Patrocinio»: cualquier contribución que una empresa pública o privada o una persona física no vinculada a la prestación de servicios de comunicación audiovisual ni de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, ni a la producción de obras audiovisuales, haga a la financiación de servicios de comunicación audiovisual, servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma o de vídeos generados por usuarios o de programas, con la finalidad de promocionar su nombre, marca, imagen, actividades o productos;

«Comunicaciones audiovisuales comerciales encubiertas»: la presentación verbal o visual de los bienes, los servicios, el nombre, la marca o las actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del prestador de servicios de comunicación, un



propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación. Una tal presentación se considerará intencionada, en particular, si se hace a cambio de una remuneración o contraprestación similar.

«Técnicas subliminales»: las comunicaciones comerciales que incluyan cualquier dispositivo técnico que, utilizando imágenes de una duración muy breve o por cualquier otro medio, explote la posibilidad de transmitir un mensaje a los miembros de un público o influir de otro modo en la mentalidad de este, sin tener conocimiento o conocimiento pleno de lo que se ha hecho.

«Subtitulado» significa texto en pantalla que representa lo que se dice en la pantalla. El subtulado puede ser abierto o cerrado. El subtulado abierto es un subtulado que permanece en la pantalla en todo momento. El subtulado cerrado puede hacerse visible o no visible según lo deseé el público, utilizando, por ejemplo, un mando a distancia. El subtulado está formateado para facilitar la interpretación y la comprensión del texto y vincularlo con mayor precisión a la acción en pantalla.



Disposiciones del Código de servicios de comunicación

Las siguientes disposiciones se adoptan de conformidad con el artículo 46 *quindecies*, apartado 1, y el artículo 46 *quindecies*, apartado 5, de la Ley.

11 Contenido nocivo

- 11.1 De conformidad con el artículo 46 *undecies*, apartado 1, letras c) y d), de la Ley, los prestadores de servicios de comunicación a petición no facilitarán en un catálogo del servicio:
- (a) todo lo que pueda considerarse razonablemente como una conducta incluida en el concepto de provocación pública a la comisión de un delito de terrorismo, tal como se establece en el artículo 5 de la Directiva (UE) 2017/541;
 - (b) todo lo que pueda considerarse razonablemente que puede incitar a la violencia o al odio dirigidos contra un grupo de personas o un miembro de un grupo, por alguno de los motivos mencionados en el artículo 21 de la Carta,³ a saber, sexo, raza, color, origen étnico o social, características genéticas, lengua, religión o convicciones, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, pertenencia a una minoría nacional, patrimonio, nacimiento, discapacidad, edad u orientación sexual. La nacionalidad constituye un motivo de este tipo sin perjuicio de las disposiciones especiales del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y del Tratado de la Unión Europea.
- 11.2 Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 11.1, los prestadores de servicios de comunicación a petición facilitarán información suficiente al público sobre contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los niños. El prestador de servicios de comunicación utilizará un sistema que describa el carácter potencialmente nocivo del contenido de su servicio de comunicación audiovisual a petición.
- 11.3 Los prestadores de servicios de comunicación a petición adoptarán las medidas adecuadas para garantizar que los programas que contengan contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los niños, incluido, entre otros:
- (a) contenido consistente en pornografía,
 - (b) contenido consistente en violencia gratuita, solo estén disponibles de forma que se garantice que normalmente los niños no los escuchen ni los vean.
- 11.4 Las medidas adecuadas a efectos del artículo 11.3 pueden implicar el uso por parte de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición de algunos o todos los siguientes mecanismos de protección:

³ Esto incluye, entre otros, a los miembros de la comunidad nómada y de comunidades romaníes.



- el uso de advertencias de contenido previas,
 - el suministro de controles parentales, incluidos los modos restringidos y el acceso PIN,
 - herramientas de garantía de la edad,⁴
 - sistemas de acceso a cuentas, por ejemplo, cuando el contenido solo sea accesible a través de una tarjeta de crédito u otros mecanismos de registro,
 - otras medidas técnicas que logren un resultado equivalente al anterior.
- 11.5 Las medidas adecuadas a efectos del artículo 11.3 serán proporcionales al perjuicio potencial del programa para los niños. A este respecto, los prestadores de servicios de comunicación a petición tendrán en cuenta el potencial del material para perjudicar a los niños a la hora de determinar el enfoque proporcionado que debe adoptarse. Entre los factores que deben tenerse en cuenta figuran: -
- i. el grado probable de daño potencialmente causado por el contenido del programa,
 - ii. la probabilidad de que los niños accedan a los contenidos,
 - iii. la naturaleza del servicio a petición y su audiencia probable.
- 11.6 Sin perjuicio de la generalidad de los artículos 11.3, 11.4 y 11.5, los contenidos más nocivos, a saber, la violencia gratuita y la pornografía, estarán sujetos a las medidas más estrictas.
- 11.7 Los datos personales de niños recogidos o generados de otro modo por los prestadores de servicios de comunicación con arreglo a los artículos 11.3, 11.4 u 11.6 no se tratarán con fines comerciales, como la mercadotecnia directa, la elaboración de perfiles o la publicidad dirigida al comportamiento.

12 Derechos de obras cinematográficas

- 12.1 Los prestadores de servicios de comunicación a petición no transmitirán obras cinematográficas fuera de los períodos acordados con los titulares de derechos.

13 Comunicaciones comerciales audiovisuales

- 13.1 Los prestadores de servicios de comunicación a petición velarán por que las comunicaciones comerciales audiovisuales que ofrezcan sean fácilmente reconocibles como tales.

⁴ Una medida de garantía de la edad basada únicamente en la autodeclaración de edad por parte de los usuarios del servicio no será una forma efectiva de garantía de edad a los efectos del presente Código y Normas.



- 13.2 Los prestadores de servicios de comunicación a petición no incluirán en los programas, ni junto con ellos, comunicaciones comerciales audiovisuales encubiertas ni comunicaciones comerciales audiovisuales que utilicen técnicas subliminales.
- 13.3 Los prestadores de servicios de comunicación a petición no suministrarán comunicaciones comerciales audiovisuales nocivas para el público en general, a saber:
- i. las comunicaciones comerciales audiovisuales que atenten contra el respeto a la dignidad humana,
 - ii. las comunicaciones comerciales audiovisuales que incluyan o fomenten cualquier discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual,
 - iii. las comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud o la seguridad,
 - iv. las comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten conductas gravemente nocivas para la protección del medio ambiente,
 - v. las comunicaciones comerciales audiovisuales aplicadas a los cigarrillos y demás productos del tabaco, así como las destinada a promocionar los cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga,
 - vi. las comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas,
 - vii. las comunicaciones comerciales audiovisuales para medicamentos y tratamientos médicos que solo puedan obtenerse bajo prescripción en el Estado.
- 13.4 Los prestadores de servicios de comunicación a petición no suministrarán comunicaciones comerciales audiovisuales nocivas para los niños, a saber:
- i. las comunicaciones comerciales audiovisuales que incitan directamente a los niños a la compra o el arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad,
 - ii. las comunicaciones comerciales audiovisuales que animen directamente a los niños a que persuadan a sus padres o terceros para que compren los bienes o servicios publicitados,
 - iii. las comunicaciones comerciales audiovisuales que exploten la especial confianza que los niños depositan en sus padres, profesores u otras personas,
 - iv. las comunicaciones comerciales audiovisuales que muestren injustificadamente a niños en situaciones peligrosas,



- v. las comunicaciones comerciales audiovisuales de bebidas alcohólicas dirigidas específicamente a los niños.
- 13.5 Los prestadores de servicios de comunicación a petición velarán por que las comunicaciones comerciales audiovisuales de bebidas alcohólicas que presten, con excepción del patrocinio y el emplazamiento de productos, cumplan los siguientes requisitos:
- i. las comunicaciones comerciales audiovisuales no se dirigirán específicamente a los menores ni, en particular, a los menores que consuman estas bebidas,
 - ii. las comunicaciones comerciales audiovisuales no vincularán el consumo de alcohol a un mejor rendimiento físico o a la conducción,
 - iii. las comunicaciones comerciales audiovisuales no darán la impresión de que el consumo de alcohol contribuye al éxito social o sexual,
 - iv. las comunicaciones comerciales audiovisuales no podrán afirmar que el alcohol tiene cualidades terapéuticas o que es un estimulante, un sedativo o un medio para resolver conflictos personales,
 - v. las comunicaciones comerciales audiovisuales no fomentarán el consumo inmoderado de alcohol ni presentarán la abstinencia o la moderación de forma negativa,
 - vi. las comunicaciones comerciales audiovisuales no harán hincapié en el alto contenido alcohólico como calidad positiva de las bebidas.

14 Patrocinio

- 14.1 Los prestadores de servicios de comunicación a petición o programas patrocinados deberán cumplir los siguientes requisitos:
- i. el contenido de los servicios o programas a petición que presten no se verá influido en ningún caso de manera que afecte a la responsabilidad y la independencia editorial del prestador de servicios de comunicación,
 - ii. los servicios o programas a petición que presten no fomentarán directamente la compra o el arrendamiento de bienes o servicios, en particular haciendo referencias promocionales especiales a dichos bienes o servicios,
 - iii. se informará claramente al público de la existencia de un acuerdo de patrocinio,
 - iv. los programas patrocinados deberán estar claramente identificados como tales por medio del nombre, logotipo o cualquier otro símbolo del patrocinador, tal como una referencia a sus productos o servicios o un signo distintivo de estos, de manera adecuada a los programas al principio, en el transcurso o al término



de estos.

- 14.2 Los prestadores de servicios de comunicación a petición no permitirán que los servicios o programas a petición que presten sean patrocinados por empresas cuya actividad principal sea la fabricación o venta de cigarrillos y otros productos del tabaco, así como de cigarrillos electrónicos y envases de recarga.
- 14.3 Los prestadores de servicios de comunicación a petición no permitirán servicios o programas a petición que presten para promover medicamentos o tratamientos médicos específicos disponibles únicamente bajo prescripción en el Estado.
- 14.4 Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 14.3, los prestadores de servicios de comunicación a petición podrán permitir que los servicios o programas a petición que presten sean promovidos por el nombre o la imagen de las empresas cuyas actividades incluyan la fabricación o venta de medicamentos y tratamientos médicos.
- 14.5 Los prestadores de servicios de comunicación a petición no permitirán patrocinar noticias y programas de actualidad que ofrezcan.
- 14.6 Los prestadores de servicios a petición no permitirán la exhibición de un logotipo de patrocinio durante documentales o programas religiosos que ofrezcan.

15 Emplazamiento del producto

- 15.1 Los prestadores de servicios de comunicación a petición permitirán el emplazamiento de productos en servicios a petición que presten, excepto en programas de noticias y asuntos de actualidad, programas de asuntos del consumidor, programas religiosos y programas infantiles.
- 15.2 Los prestadores de servicios de comunicación a petición velarán por que los programas que contengan emplazamiento de productos cumplan los siguientes requisitos:
 - i. el contenido y la organización de dichos programas dentro de un catálogo no se verán influídos en ningún caso de manera que afecten a la responsabilidad y la independencia editorial del prestador de servicios de comunicación,
 - ii. no fomentarán directamente la compra ni el arrendamiento de bienes o servicios, en particular haciendo referencias promocionales especiales a dichos bienes o servicios,
 - iii. no darán una prominencia indebida al producto en cuestión,
 - iv. se informará claramente al público de la existencia del emplazamiento de productos mediante una identificación adecuada al principio y al final del programa, y cuando el programa se reanude después de una pausa publicitaria, a fin de evitar cualquier confusión por parte del espectador.

El artículo 15.2, inciso iv), anterior solo se aplicará a los programas que hayan sido



- producidos o encargados por el prestador de servicios de comunicación a petición o una empresa afiliada a este.
- 15.3 Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 15.1 y 15.2, los programas no contendrán emplazamiento de productos de: -
- i. cigarrillos y otros productos del tabaco, así como cigarrillos electrónicos y envases de recarga, o el emplazamiento de productos de empresas cuya actividad principal sea la fabricación o venta de dichos productos,
 - ii. medicamentos o tratamientos médicos específicos disponibles únicamente bajo prescripción en el Estado.
- 15.4 Los artículos 15.1, 15.2 y 15.3 se aplicarán únicamente a los programas producidos después del 19 de diciembre de 2009.



Disposiciones de las normas de los servicios de comunicación

Las siguientes disposiciones se adoptan de conformidad con el artículo 46 *quindecies*, apartados 1, 5, 6, 7 y 9 de la Ley.

16 Accesibilidad de los servicios audiovisuales a petición

- 16.1 Los prestadores de servicios de comunicación a petición adoptarán medidas proporcionadas para garantizar que los programas puestos a disposición en sus servicios a petición sean cada vez más accesibles para las personas con discapacidad a través de la prestación de servicios accesibles, tal como se definen en el presente Código y Normas.

Plan de acción de accesibilidad

- 16.2 Los prestadores de servicios de comunicación a petición elaborarán un plan de acción de accesibilidad, que se acordará con la Comisión, en relación con la obligación establecida en el artículo 16.1.
- 16.3 Los prestadores de servicios de comunicación a petición pondrán a disposición de la Comisión su primer plan de acción en materia de accesibilidad en un plazo de seis meses a partir de la fecha de publicación del presente Código y Normas y, posteriormente, anualmente.
- 16.4 Los prestadores de servicios de comunicación a petición demostrarán, al elaborar su primer y posterior plan de acción en materia de accesibilidad, que han tenido debidamente en cuenta los factores de influencia establecidos en el artículo 16.6.
- 16.5 El plan de acción de accesibilidad que se elaborará y acordará con la Comisión en relación con la obligación establecida en el artículo 16.1 abordará lo siguiente: -
- i. la proporción de servicios accesibles que el prestador de servicios de comunicación a petición propone poner a disposición cada año en los servicios a petición que presta,
 - ii. las medidas que deben adoptarse para cumplir las normas de calidad elaboradas por la Comisión con arreglo al artículo 16.7,
 - iii. propuestas relativas al suministro de información de emergencia con arreglo al artículo 16.8,
 - iv. la manera en que el prestador de servicios de comunicación a petición promoverá los servicios accesibles disponibles en los servicios a petición que preste,



- v. propuestas de consulta con los usuarios de servicios accesibles, incluidas las organizaciones representativas de personas con discapacidad, sobre la prestación de servicios de comunicación por parte del prestador de servicios accesibles sobre el servicio o servicios de comunicación a petición que presta,
- vi. propuestas para garantizar la existencia de un mecanismo accesible para tramitar las reclamaciones y consultas del público en relación con la prestación de servicios accesibles,
- vii. propuestas del prestador de servicios de comunicación a petición para mejorar la calidad de sus servicios de acceso y supervisar su servicio a fin de garantizar que se cumplan sistemáticamente las normas de calidad.

Los prestadores de servicios de comunicación a petición facilitarán a la Comisión su plan de acción anual de accesibilidad en un formato accesible y adecuado para su publicación en el sitio web de la Comisión.

Factores de influencia

- 16.6 Al determinar las medidas proporcionadas que deben adoptarse con arreglo al artículo 16.1 y especificadas en su plan de acción anual de accesibilidad, los prestadores de servicios de comunicación a petición demostrarán que se han tenido debidamente en cuenta los siguientes factores de influencia,⁵ a saber: -
- i. la naturaleza del prestador de servicios de comunicación audiovisual a petición y de los servicios prestados,
 - ii. la fase de desarrollo del prestador de servicios de comunicación audiovisual a petición y su capacidad para ofrecer programas accesibles,
 - iii. el nivel de prestación actual de servicios accesibles facilitados por el prestador de servicios de comunicación sobre los servicios a petición que presta,
 - iv. el tipo de programas previstos en el catálogo de los servicios a petición prestados por el prestador de servicios de comunicación,
 - v. el coste técnico y de recursos humanos para el prestador de servicios de comunicación que presta servicios accesibles,
 - vi. la capacidad técnica del prestador de servicios de comunicación para prestar servicios accesibles en los servicios a petición que presta.

Normas de calidad

- 16.7 Los prestadores de servicios de comunicación a petición respetarán las normas de calidad, en la medida en que sea factible, para la prestación de servicios accesibles aplicados por la Comisión y desarrollados previa consulta al público y a los prestadores de servicios de

⁵ La Comisión ha elaborado orientaciones no vinculantes sobre estos factores influyentes, que pueden consultarse en <https://cnam.ie>.



comunicación a petición.

Información de emergencia

- 16.8 Cuando un servicio a petición transmita información de emergencia, incluidas comunicaciones y anuncios públicos en situaciones de catástrofe natural, el proveedor de dicho servicio velará por que dicha información se facilite de manera accesible para las personas con discapacidad.

Presentación de informes

- 16.9 Con el fin de permitir a la Comisión cumplir su obligación de información establecida en el artículo 7, apartado 2, de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual, los prestadores de servicios de comunicación a petición presentarán un informe a la Comisión, de manera que se especifique con más detalle, sobre la aplicación de los primeros planes de acción anuales de accesibilidad acordados con la Comisión.



Orientaciones

Factores de influencia

El artículo 16 del «Código de servicios de comunicación y Normas de los servicios de comunicación. Proveedores de servicios de comunicación audiovisual a petición» de la Comisión de medios de comunicación establece que, al determinar las medidas proporcionadas que deben adoptarse para garantizar que los programas puestos a disposición en sus servicios a petición sean cada vez más accesibles para las personas con discapacidad, los prestadores de servicios de comunicación a petición demostrarán, en el desarrollo de su primer y posterior plan de acción en materia de accesibilidad, que han tenido debidamente en cuenta los factores de influencia establecidos en el artículo 16.6 de las Normas. El presente documento ofrece orientaciones adicionales a este respecto.

i. Naturaleza del prestador de servicios de comunicación audiovisual a petición y de los servicios prestados

Orientaciones: ¿El servicio o servicios tienen carácter público o privado? ¿Recibe el servicio fondos públicos y, en consecuencia, puede tener mayores obligaciones de servicio público? ¿Tiene el servicio objetivos específicos, culturales, sociales o lingüísticos, que podrían afectar a su capacidad para prestar servicios accesibles?

ii. Fase de desarrollo del prestador de servicios de comunicación audiovisual a petición y su capacidad para ofrecer programas accesibles

Orientaciones: ¿Cuánto tiempo han estado en funcionamiento los servicios? ¿Cuánta experiencia tiene el prestador de servicios de comunicación en la prestación de servicios accesibles? ¿Existe ya un nivel de conocimientos especializados dentro del prestador de servicios de comunicación o disponible para él en la prestación de servicios accesibles? ¿Cuál es su cuota de mercado?

iii. Nivel de prestación actual de servicios accesibles

Orientaciones: ¿Cuál es su punto de partida? ¿Qué cantidad de subtulado, SPS, lengua de signos o audiodescripción está disponible actualmente en los servicios a petición que prestan?

iv. Tipo de programas previstos en el catálogo del servicio o servicios de comunicación audiovisual a petición

Orientaciones: ¿El servicio o servicios adquieren muchos contenidos de terceros? ¿Cuánta programación de producción nacional ofrece el servicio? ¿Se produce la programación de forma independiente? Estas cuestiones son pertinentes, ya que el tipo de programación del catálogo influye en el coste, las instalaciones técnicas, el personal y la capacidad para prestar servicios accesibles.



v. Coste técnico y de recursos humanos para el prestador de servicios de comunicación audiovisual a petición que presta servicios accesibles

Orientaciones: ¿Cuál es la capacidad financiera del prestador de servicios de comunicación y las posibles repercusiones financieras de la prestación de servicios accesibles?

vi. Capacidad técnica del prestador de servicios de comunicación audiovisual a petición

Orientaciones: ¿Qué instalaciones y conocimientos técnicos existen actualmente en el servicio para prestar servicios accesibles? ¿Tiene el servicio la capacidad técnica para prestar servicios accesibles? ¿Qué nivel y tipo de instalaciones técnicas y conocimientos especializados serían necesarios?

