

Conclusiones del Consejo sobre la alfabetización mediática en un mundo en constante transformación

(2020/C 193/06)

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

TENIENDO EN CUENTA:

1. el contexto político que figura en el anexo.

RECONOCIENDO QUE:

2. el progreso tecnológico y digital ha traído cambios importantes a nuestras vidas. Los nuevos medios de comunicación y plataformas de comunicación han modificado las relaciones sociales y comunicativas, influido en los sectores cultural y creativo, cambiado el panorama mediático y transformado la manera en que producimos, distribuimos y consumimos contenidos. La ciudadanía de Europa dispone de nuevas oportunidades importantes para comunicar y encontrar, crear y distribuir diferentes tipos de contenidos;
3. los cambios digitales y tecnológicos se producen de forma impredecible y continua, haciendo necesaria la adaptación constante tanto de los ciudadanos como de la sociedad. Las innovaciones que hacen del mundo un lugar mejor, como la digitalización y el desarrollo de medios de comunicación y plataformas de comunicación, tienen consecuencias que es necesario abordar;
4. junto con las numerosas ventajas y los efectos positivos del nuevo ecosistema mediático, el progreso también ha acarreado una mayor desinformación, manipulación e incitación al odio;
5. en el nuevo ecosistema mediático, la ciudadanía está saturada de información y puede tener dificultades para comprender las noticias y encontrar información veraz y fuentes de información fiables, así como contenidos de calidad en general;
6. la exposición de la ciudadanía a una gran desinformación, especialmente en momentos de gran crisis mundial como la pandemia de COVID-19, pone de manifiesto la importancia de un enfoque sistemático para el desarrollo de la alfabetización mediática, la importancia de la colaboración entre plataformas en línea, expertos y autoridades competentes, así como la importancia de desarrollar un procedimiento independiente de verificación de datos a fin de limitar la propagación de campañas de desinformación en línea, al tiempo que se respeta la libertad de expresión;
7. el mundo actual obliga a adquirir un gran volumen de nuevos conocimientos y capacidades, a nivel individual y como sociedad, para que los ciudadanos de todas las edades puedan acceder, seleccionar, comprender y utilizar de forma inteligente y responsable la información y los diferentes tipos de medios de comunicación, tanto profesionales como generados por el usuario, en todo tipo de canales y plataformas de comunicación o distribución;
8. todas estas aptitudes constituyen la alfabetización mediática, que es entendida como un concepto genérico que engloba todas las capacidades técnicas, cognitivas, sociales, cívicas, éticas y creativas que permiten a una persona acceder a información y medios de comunicación y utilizarlos de manera eficaz, así como crear y compartir de manera segura y responsable contenido mediático a través de diferentes plataformas. La alfabetización mediática no debe limitarse al aprendizaje de herramientas y tecnologías, sino que también debe tener el fin de aportar a los ciudadanos el pensamiento crítico necesario para discernir, analizar realidades complejas y reconocer la diferencia entre opiniones y hechos. Todas estas capacidades permiten al ciudadano participar en los ámbitos económico, social y cultural de la sociedad, así como desempeñar un papel activo en el proceso democrático ⁽¹⁾.

ASUMIENDO QUE:

9. al igual que para otros retos del mundo actual, la pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve la necesidad de contar con fuentes de información fiables y la necesidad de transparencia en las plataformas en línea; ha pasado a ser crucial que la ciudadanía disponga de las capacidades necesarias para gestionar la desinformación;
10. teniendo en cuenta la gran cantidad de información disponible en internet, los algoritmos son fundamentales para organizar dicha información y poder seleccionar los contenidos a fin de que el usuario tenga una experiencia adecuada y personalizada;

⁽¹⁾ Según las definiciones contempladas en la misión del Grupo de Expertos en Alfabetización Mediática y en la Directiva revisada de servicios de comunicación audiovisual.

11. al mismo tiempo, la falta de transparencia y el uso de algoritmos cuyo riesgo e impacto no se hayan evaluado adecuadamente pueden agravar el problema de la desinformación e inducir al sensacionalismo, al contenido extremo y al periodismo de ciberanzuelo;
12. la influencia de los algoritmos en los canales de difusión y la selección de los destinatarios puede repercutir de manera considerable en la opinión pública, modelar el discurso sociopolítico y provocar potencialmente una polarización de la sociedad;
13. el volumen creciente de contenido en línea que incita al odio, a la violencia o la repulsa y al ciberacoso, y de otros contenidos ilegales o perjudiciales representa un reto para la sociedad;
14. en una economía mundial de los datos y de los medios digitales, la posición dominante en el mercado de varios agentes a nivel mundial y los patrones de los algoritmos utilizados por las plataformas en línea podrían amenazar el pluralismo de los medios de comunicación y la diversidad de los contenidos;
15. el rápido crecimiento y los cambios en curso del ecosistema mediático tienen consecuencias para la confianza en los medios, lo que también puede que ejerza presión en los medios de comunicación profesionales y las normas del periodismo.

OBSERVANDO QUE:

16. la alfabetización mediática y nuestra capacidad de comprensión crítica y de interacción responsable con los medios de comunicación nunca ha tenido tanta importancia como en el mundo actual, afectado por la pandemia de COVID-19, no solo para la protección de la salud pública, sino también para asegurar la resiliencia de las sociedades democráticas y el aumento de la participación democrática;
17. es necesario intensificar los esfuerzos en pro de la capacitación de los ciudadanos de todas las edades por lo que respecta a la alfabetización mediática y el pensamiento crítico, al tiempo que se tiene en cuenta la diversidad cultural y las diferencias importantes que existen entre Estados miembros de la UE en materia de alfabetización mediática y competencias digitales en general;
18. el desarrollo constante de nuevas tecnologías de los medios de comunicación y de la comunicación está incrementando la demanda de nuevos enfoques para la alfabetización mediática, especialmente en el ámbito del aprendizaje no formal e informal;
19. es necesario desarrollar nuevos modelos de aprendizaje permanente en la alfabetización mediática, y de brindar a las personas de todas las edades oportunidades prácticas de cara a adquirir las capacidades necesarias para comprender y operar dentro del panorama mediático altamente complejo, por medio de programas adaptados a diversos grupos específicos que se pueden seleccionar por edad y/o por contexto;
20. es necesario hacer extensiva la participación en la alfabetización mediática a partes interesadas que puedan llegar a ciudadanos de todas las edades, como las instituciones culturales (por ej., bibliotecas, museos y cines) que tienen acceso a la infraestructura pertinente y disfrutan de un alto nivel de confianza de la sociedad, y a las que se debería, por tanto, animar aún más a reforzar la alfabetización mediática por medio de sus servicios y actividades;
21. existen canales de comunicación, especialmente medios de comunicación públicos, y asociaciones de periodistas que tienen una posición influyente en la sociedad y podrían desempeñar un papel más destacado en términos de promoción, información y sensibilización de la población por lo que respecta a la importancia de la alfabetización mediática;
22. los organismos y agencias nacionales pertinentes, en particular las autoridades nacionales reguladoras de los medios de comunicación, paralelamente a las actividades conjuntas que llevan a cabo a través del Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) y en función del marco jurídico nacional en el que operan, pueden estar llamados a desempeñar un papel importante en la medida en que tienen competencias y condiciones que les permiten promover, organizar y coordinar activamente iniciativas de alfabetización mediática y congregar a las partes interesadas, así como contribuir significativamente a hacer frente a la desinformación;
23. reforzar el periodismo profesional, los medios de comunicación independientes, el periodismo de investigación y el pluralismo de los medios, facilitar el acceso de la ciudadanía a fuentes de información diversificadas, creíbles y de calidad, y generar confianza en la opinión pública son elementos que contribuyen a la protección de la democracia;
24. es importante animar al sector europeo de los medios de comunicación a que utilice tecnologías emergentes por lo que respecta a elaboración de contenidos, canales de distribución y recogida y análisis de datos, a fin de atraer a una audiencia más amplia y propiciar su acceso a contenidos de calidad diversos, y de fomentar el pluralismo de los medios;

25. es importante seguir insistiendo en la necesidad de conseguir normas más estrictas en materia de responsabilidad y transparencia para las plataformas en línea por lo que respecta a la realización de un mayor esfuerzo para proteger al usuario de los contenidos ilegales y perjudiciales y de la desinformación, al tiempo que se respeta la libertad de expresión;
26. la cooperación de las plataformas en línea con las administraciones públicas es importante para diferentes tipos de información como la relativa a algoritmos y conjuntos de datos, que podría facilitar el control eficaz de plataformas a fin de hacer frente a los problemas de la desinformación;
27. la aplicación de un enfoque transversal para asegurar la alfabetización mediática de los ciudadanos, además del avance digital y tecnológico de los medios de comunicación y de los sectores cultural y creativo, reforzará tanto a usuarios como a creadores de contenidos, y propiciará que el sector de los medios sea más creativo y competitivo;
28. el refuerzo de la alfabetización mediática y la lucha contra la desinformación requieren un enfoque sistemático, estratégico y global de todos los Estados miembros, así como la colaboración intersectorial entre las diferentes partes interesadas.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS, EN SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA Y RESPETANDO DEBIDAMENTE EL PRINCIPIO DE SUBSIDIARIEDAD, A QUE:

29. trabajen de forma sistemática para sensibilizar al público sobre la importancia de la alfabetización mediática y respalden la elaboración coherente de políticas de alfabetización mediática y su ejecución;
30. apoyen el establecimiento y el desarrollo de redes de alfabetización mediática (nacionales, regionales, locales, temáticas) a fin de congregar a las partes interesadas pertinentes y permitirles cooperar y desarrollar iniciativas y proyectos de alfabetización mediática sostenibles y viables a largo plazo;
31. desarrollen un enfoque de aprendizaje permanente para la alfabetización mediática para todas las edades y presten apoyo en este contexto a proyectos piloto y de investigación, a fin de crear o desarrollar y evaluar nuevas metodologías, acciones y contenidos adaptados a las necesidades concretas de grupos específicos;
32. apoyen el desarrollo y la puesta en común de material para enseñanza y formación en alfabetización mediática y el desarrollo de un enfoque sistemático para incrementar las competencias de profesionales en diferentes ámbitos (por ej., bibliotecarios, personal de museos, trabajadores jóvenes, profesores, profesionales en alfabetización mediática, periodistas), de modo que puedan reforzar su importante papel en la evolución de la alfabetización mediática de la ciudadanía;
33. animen a las instituciones culturales, organizaciones de la sociedad civil y asociaciones de periodistas a integrar programas de aprendizaje permanente en materia de alfabetización mediática y fomentar todo tipo de organizaciones de medios de comunicación, especialmente los públicos, a elaborar y promover iniciativas de alfabetización mediática y a participar en iniciativas y proyectos de otras partes interesadas;
34. sigan estudiando posibilidades para la promoción y el fomento del periodismo profesional como elemento sostenible del entorno mediático digital a escala mundial;
35. mejoren los modelos formativos existentes, y en caso necesario diseñen unos nuevos, para el desarrollo de capacidades digitales en los sectores cultural y creativo europeos a fin de fomentar el uso eficaz de tecnologías innovadoras y seguir el ritmo del avance tecnológico.

INVITA A LA COMISIÓN A QUE:

36. siga reforzando y desarrollando el concepto de la Semana Europea de la Alfabetización Mediática en colaboración con los Estados miembros, y promueva la participación en dicho evento;
37. desarrolle, en el marco del futuro Observatorio Europeo de Medios Digitales, mecanismos para facilitar la colaboración y el intercambio voluntario de ideas y prácticas en alfabetización mediática a cargo de una gran variedad de partes interesadas;
38. proponga otras posibles vías para encontrar soluciones a largo plazo, sistemáticas y eficaces a fin de hacer frente a la desinformación, basándose en el resultado de investigaciones exhaustivas tanto existentes como futuras y del análisis de las medidas ya adoptadas, así como teniendo debidamente en cuenta el trabajo realizado por el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual en este ámbito y la necesaria cooperación entre autoridades nacionales reguladoras;

39. en el contexto del Plan de Acción de la UE para los Derechos Humanos y la Democracia 2020-2024 recientemente publicado y con vistas a la elaboración de la nueva norma sobre servicios digitales, de un plan de acción para la democracia europea y de un plan de acción dedicado a los medios de comunicación y audiovisuales, reflexione sobre la necesidad de contar con métodos más eficaces para hacer frente a los problemas de la desinformación sin obstaculizar la protección de los derechos fundamentales, en un contexto en el que la transparencia y la responsabilidad de las plataformas constituyen un principio fundamental;
40. garantice que se tengan en cuenta las capacidades y particularidades locales de los diferentes Estados miembros, así como la necesidad de una intensa colaboración entre todas las partes interesadas pertinentes de todos los Estados miembros, de modo que las posibles medidas sean aplicables y eficaces y puedan verificarse de forma eficaz e independiente;
41. desarrolle, en colaboración con los Estados miembros, criterios y procesos de evaluación sistemáticos para iniciativas y proyectos de alfabetización mediática financiados por la UE, y desarrolle una metodología uniforme y comparativa para los informes de los Estados miembros sobre el desarrollo de la alfabetización mediática, en el marco de las futuras orientaciones previstas en la Directiva revisada de servicios de comunicación audiovisual, que publicará la Comisión una vez consultado el Comité de Contacto.

INVITA A LA COMISIÓN Y A LOS ESTADOS MIEMBROS, EN SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA Y RESPETANDO DEBIDAMENTE EL PRINCIPIO DE SUBSIDIARIEDAD, A QUE:

42. prosigan y redoblen sus esfuerzos en lo relativo a un enfoque sistemático, integral e intersectorial para impulsar la alfabetización mediática y concienciar sobre su importancia; las actividades nacionales emprendidas en este sentido, incluidas las de financiación, deben estar acompañadas de iniciativas a escala de la UE;
 43. fomenten un aprovechamiento mejor de las posibilidades que ofrece la financiación y los programas de la Unión para apoyar la educación relativa a los medios de comunicación y distintos tipos de proyectos e iniciativas de alfabetización mediática (por ejemplo, el apoyo a los medios de comunicación mediante el programa Europa Creativa, en particular la nueva acción en apoyo a los medios de comunicación), establecer más fuentes de financiación, y crear sinergias entre los programas pertinentes de la UE;
 44. garanticen que las medidas de alfabetización mediática dirigidas a los menores, en el marco de la Estrategia europea en favor de una Internet más adecuada para los niños, sigan el ritmo de la continua evolución del entorno digital;
 45. financien y fomenten la investigación sistemática y periódica sobre la alfabetización mediática y el efecto de los medios de comunicación y las plataformas digitales (por ejemplo, investigación sistemática sobre las medidas e iniciativas de alfabetización mediática; investigación sobre la influencia de los nuevos medios de comunicación y plataformas de comunicación en el bienestar de los ciudadanos; investigación sobre el funcionamiento de los algoritmos y la inteligencia artificial y su influencia en la opinión pública, la vida de las personas y el consumo de los medios de comunicación, así como en el sector europeo de los medios de comunicación y audiovisual);
 46. apoyen al sector audiovisual en la creación de plataformas europeas de contenidos de calidad y de distribución, teniendo en cuenta las repercusiones económicas de la pandemia de COVID-19 en el sector audiovisual en general;
 47. fomenten la cooperación entre las plataformas y los medios de comunicación para la creación de herramientas y procesos que favorezcan la visibilidad y la facilidad de localizar fuentes de noticias de calidad, junto con la visibilidad y la facilidad de localizar contenido audiovisual europeo de calidad.
-

ANEXO

Documentos de orientación pertinentes**Consejo Europeo**

Conclusiones del Consejo Europeo de 18 de octubre de 2018 (EUCO 13/18).

Conclusiones del Consejo Europeo de 13 y 14 de diciembre de 2018 (EUCO 17/18).

Conclusiones del Consejo Europeo de 21 y 22 de marzo de 2019 (EUCO 1/19).

Conclusiones del Consejo Europeo de 20 de junio de 2019 (EUCO 9/19).

Una Nueva Agenda Estratégica para 2019-2024 (adoptada por el Consejo Europeo el 20 de junio de 2019).

Consejo

Conclusiones del Consejo sobre «Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital» (DO C 140 de 6.6.2008, p. 8).

Conclusiones del Consejo sobre la alfabetización mediática en el entorno digital (DO C 301 de 11.12.2009, p. 12).

Conclusiones del Consejo y de los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros, reunidos en el seno del Consejo, sobre la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación en el entorno digital (DO C 32 de 4.2.2014, p. 6).

Conclusiones del Consejo sobre la política audiovisual europea en la era digital (DO C 433 de 3.12.2014, p. 2).

Conclusiones del Consejo sobre pasarelas en el ámbito cultural y creativo para estimular la innovación, la sostenibilidad económica y la inclusión social (DO C 172 de 27.5.2015, p. 13).

Conclusiones del Consejo sobre el desarrollo de la alfabetización mediática y el pensamiento crítico a través de la educación y la formación (DO C 212 de 14.6.2016, p. 5).

Conclusiones del Consejo sobre la promoción del acceso a la cultura a través de los medios digitales, con un planteamiento centrado en el objetivo de llegar a un público más amplio (DO C 425 de 12.12.2017, p. 4).

Recomendación del Consejo relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente (DO C 189 de 4.6.2018, p. 1).

Conclusiones del Consejo sobre el fomento de los contenidos europeos en la economía digital (DO C 457 de 19.12.2018, p. 2).

Conclusiones del Consejo y de los Estados miembros sobre «Garantizar unas elecciones europeas libres e imparciales» (doc. 6573/1/19 REV 1, adoptadas por el Consejo de Asuntos Generales en febrero de 2019).

Conclusiones del Consejo sobre democracia (doc. 12836/19, adoptadas por el Consejo de Asuntos Exteriores en octubre de 2019).

Conclusiones del Consejo sobre las acciones complementarias para aumentar la resiliencia y luchar contra las amenazas híbridas (doc. 14972/19, adoptadas por el Consejo de Asuntos Generales en diciembre de 2019).

Comisión

Comunicaciones

— Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Estrategia europea en favor de una Internet más adecuada para los niños [COM(2012) 196 final].

— Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa [COM(2015) 192 final].

— Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Las plataformas en línea y el mercado único digital. Retos y oportunidades para Europa [COM(2016) 288 final].

— Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Lucha contra el contenido ilícito en línea. Hacia una mayor responsabilidad de las plataformas en línea [COM(2017) 555 final].

- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo [COM(2018) 236 final].
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Inteligencia artificial para Europa [COM(2018) 237 final].
- Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la aplicación de la Comunicación: «La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo» [COM(2018) 794 final].

Comunicaciones conjuntas de la Comisión Europea y el Alto Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad

- Comunicación conjunta al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Plan de Acción contra la desinformación [JOIN(2018) 36 final].
- Comunicación conjunta al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Informe sobre la ejecución del Plan de acción contra la desinformación [JOIN(2019) 12 final].
- Comunicación conjunta al Parlamento Europeo y al Consejo: Plan de Acción de la UE para los Derechos Humanos y la Democracia 2020-2024 [JOIN(2020) 5 final].

Otros estudios e informes

Mapping of media literacy practices and actions in EU-28 (Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, 2016).

Towards European Media Sovereignty. An Industrial Media Strategy to Leverage Data, Algorithms and Artificial Intelligence (Guillaume Klossa, 2019).

Report of the activities carried out to assist the European Commission in the intermediate monitoring of the Code of Practice on Disinformation (Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual, 2019).

Implementation of the revised AVMS Directive (Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual, 2019).

Falling behind: How social media companies are failing to combat inauthentic behaviour online (Centro de Excelencia de Comunicaciones Estratégicas de la OTAN, 2019).

Study on media literacy and online empowerment issues raised by algorithm-driven media services (SMART 2017/0081) (RAND Europe and Open Evidence, 2019).

ERGA Report on disinformation: Assessment of the implementation of the Code of Practice (2020).
