

RECOMENDACIONES

COMISIÓN

RECOMENDACIÓN DE LA COMISIÓN

de 20 de agosto de 2009

sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente

(2009/625/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y, en particular, su artículo 211 ⁽¹⁾,

Considerando lo siguiente:

- (1) El 20 de diciembre de 2007, la Comisión adoptó una Comunicación titulada «Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital» ⁽²⁾ que se centraba en la alfabetización para la comunicación comercial y trataba asuntos relacionados con la publicidad y la alfabetización mediática para las obras audiovisuales, con lo que en parte se pretendía aumentar la concienciación sobre el cine europeo y potenciar las habilidades creativas y la alfabetización para el entorno en línea, de manera que, por ejemplo, se proporcionaría a los ciudadanos una mejor comprensión del funcionamiento de Internet y los motores de búsqueda.
- (2) En su informe sobre alfabetización mediática en un mundo digital ⁽³⁾, el Parlamento Europeo instó a la Comisión a ampliar su política para promover la alfabetización mediática, en colaboración con todas las instituciones europeas y las autoridades locales y regionales.
- (3) Las conclusiones del Consejo sobre alfabetización mediática ⁽⁴⁾ adoptadas por el Consejo de Educación, Juventud y Cultura del 21/22 de mayo de 2008 respaldan la visión estratégica propuesta por la Comisión europea de la alfabetización mediática como un factor importante para una ciudadanía activa en la actual sociedad de la información.

- (4) Por último, el Comité de las Regiones adoptó un dictamen global sobre contenidos creativos en línea y alfabetización mediática en octubre de 2008 ⁽⁵⁾.
- (5) El Consejo de Lisboa ⁽⁶⁾ llegó a la conclusión de que «las industrias de contenido audiovisual crean valor añadido aprovechando y reflejando en la red la diversidad cultural europea». La Agenda Europea para la Cultura, que inició su actividad en 2007, establece un marco político estratégico para abordar las principales dificultades en el ámbito de la cultura, mientras que las conclusiones del Consejo de mayo de 2009 sobre la cultura como catalizador de la creatividad e innovación subrayan la contribución específica que puede aportar la cultura y solicitan un concepto más amplio de la innovación como parte de la estrategia de Lisboa después de 2010. Esto también es especialmente importante en el marco de la iniciativa i2010 de la Comisión Europea para impulsar la competitividad en el sector de las TIC y crear un espacio único europeo de información.
- (6) Un nivel más alto de alfabetización mediática puede contribuir de forma significativa a una aproximación a los objetivos de la Unión Europea establecidos en el Consejo Europeo de Lisboa y, concretamente, en la iniciativa i2010, en relación con una economía del conocimiento más competitiva, favoreciendo al mismo tiempo una sociedad de la información más incluyente.
- (7) La consulta pública realizada a finales de 2006 puso de manifiesto las diferencias en las prácticas y los niveles de alfabetización mediática en Europa. Al mismo tiempo, se reconoce la inexistencia de unos criterios o normas acordados para la evaluación de la alfabetización mediática, y la necesidad urgente de llevar a cabo investigación a gran escala y largo plazo para establecer un conjunto de pruebas en las que puedan basarse dichos criterios.

⁽¹⁾ DO C 325 de 24.12.2002, p. 1.⁽²⁾ COM(2007) 833 final.⁽³⁾ 2008/2129(INI) de 24 de noviembre de 2008.⁽⁴⁾ 2008/C 140/08.⁽⁵⁾ CdR 94/2008.⁽⁶⁾ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP/TEXT+REPORT+A6-2005-0278+0+DOC+XML+V0//ES>

- (8) Tal y como se reconoce en el estudio *Current trends and approaches to media literacy in Europe*, realizado por la Comisión en la segunda mitad de 2007, existen algunos obstáculos para el desarrollo en materia de alfabetización mediática a escala europea. Entre estos obstáculos, destacan la falta de una visión común y de visibilidad europea de iniciativas nacionales, regionales y locales; la carencia de redes europeas y de coordinación entre las partes interesadas.
- (9) Por tanto, sería sumamente importante conseguir analizar, acentuar y difundir buenas prácticas en este campo en toda la Unión Europea y crear y promover las redes europeas entre las partes interesadas.
- (10) La capacidad de los ciudadanos europeos para tomar decisiones fundamentadas y diversificadas como consumidores de medios de comunicación contribuiría a la competitividad de la industria europea audiovisual y de contenidos.
- (11) La alfabetización mediática está relacionada con la capacidad de acceder a los medios de comunicación, comprender y evaluar con criterio diversos aspectos de los mismos y de sus contenidos, así como de establecer formas de comunicación en diversos contextos.
- (12) La difusión de contenido digital creativo y la multiplicación de las plataformas de distribución móvil y en línea generan nuevos desafíos para la alfabetización mediática. En el mundo actual, los ciudadanos necesitan desarrollar habilidades analíticas que permitan un mejor entendimiento intelectual y emocional de los medios de comunicación digitales.
- (13) La alfabetización mediática abarca todos los medios de comunicación: su objetivo es aumentar la concienciación de los ciudadanos sobre las múltiples formas de mensajes difundidos por los medios con se pueden encontrar en su vida diaria. Estos mensajes son los programas, películas, imágenes, textos, sonidos y páginas web divulgados mediante diferentes de formas de comunicación.
- (14) La alfabetización mediática cumple una importante función en la concienciación acerca del patrimonio audiovisual europeo y las identidades culturales, así como en el aumento del conocimiento e interés en dicho patrimonio y en las obras culturales europeas recientes.
- (15) La alfabetización mediática consiste en incluir a todos y potenciar la ciudadanía en la sociedad de información actual. Se trata de una habilidad permanente no solo para los jóvenes, sino también para los adultos y las personas de edad avanzada, los padres, profesores y profesionales de los medios de comunicación. Gracias a Internet y a la tecnología digital, cada vez más europeos pueden crear y difundir imágenes, información y contenidos. Hoy en día, se considera la alfabetización mediática como uno de los requisitos previos para lograr una ciudadanía plena y activa y prevenir y reducir el riesgo de exclusión de la vida de la comunidad.
- (16) Una sociedad instruida en el uso de los medios de comunicación sería a la vez un estímulo y una condición previa para el pluralismo y la independencia de los medios. La expresión de distintas ideas y opiniones, en idiomas diferentes y representando a diferentes grupos, ya sea en el ámbito de una misma sociedad o de varias, ejerce un efecto positivo sobre los valores de la diversidad, la tolerancia, la transparencia, la equidad y el diálogo. Por tanto, se debe promover el desarrollo de la alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad y se deben seguir de cerca sus avances.
- (17) La democracia depende de la participación activa de los ciudadanos en la vida de su comunidad, y los medios de comunicación les aportarían las habilidades necesarias para comprender el flujo diario de información difundida a través de las nuevas tecnologías de la comunicación.
- (18) Se debería abordar la alfabetización mediática de diferentes maneras y a diferentes niveles. La responsabilidad principal de los Estados miembros consiste en decidir cómo incorporar la alfabetización mediática a los planes de estudio escolares a todos los niveles. No obstante, el papel desempeñado por las autoridades locales es también muy importante, ya que están más próximas al ciudadano y promueven iniciativas de apoyo en el sector no oficial de la educación. La sociedad civil también debe contribuir activamente a la promoción de la alfabetización mediática siguiendo un planteamiento ascendente.
- (19) Las iniciativas de la Comisión, como MEDIA 2007 [Decisión nº 1718/2006/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de noviembre de 2006, relativa a la aplicación de un programa de apoyo al sector audiovisual europeo (MEDIA 2007) ⁽¹⁾] y la Directiva de servicio de los medios de comunicación audiovisuales [(Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007, por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva ⁽²⁾], que tienen por objeto el refuerzo de la competitividad de la industria audiovisual y de contenidos europea, contribuirían a la alfabetización mediática.

⁽¹⁾ DO L 327 de 24.11.2006, p. 12.

⁽²⁾ DO L 332 de 18.12.2007, p. 27.

(20) La Comisión pretende supervisar los esfuerzos realizados en beneficio del conocimiento de los soportes audiovisuales y de la alfabetización mediática para la comunicación comercial tal y como se prevé en el considerando 37 de la Directiva de servicio de los medios de comunicación audiovisuales, a saber, en el marco del Comité de contacto de servicio de los medios de comunicación audiovisuales y en su obligación de informar según lo previsto en el artículo 26 de la Directiva.

(21) La Comisión fomentará proyectos de investigación sobre alfabetización mediática en el marco de los programas ya existentes. Concretamente, su intención es poner en marcha un estudio sobre el nivel de conciencia de los riesgos relacionados con la difusión de datos personales en el entorno en línea, además de otro estudio sobre cómo mejorar el uso de los motores de búsqueda.

(22) Entre las iniciativas de alfabetización mediática también se debe incluir una dimensión dedicada a la concienciación sobre la función de los derechos de autor.

(23) Como parte de las iniciativas de alfabetización mediática, se deben abordar el tratamiento de datos personales en las redes de información y comunicación, particularmente con el fin de proporcionar ofertas ajustadas al perfil de los consumidores, y las dificultades que esto plantea para la protección de la información personal y el respeto de la privacidad. De hecho, las redes de información y comunicación abren nuevas posibilidades a los usuarios; sin embargo, también podría conllevar nuevos riesgos como la usurpación de identidad, la creación de perfiles discriminatorios o la vigilancia permanente. La Comisión abordó estas preocupaciones y sus posibles soluciones en su Comunicación sobre el fomento de la protección de datos mediante tecnologías de protección del derecho a la intimidad (PET) ⁽¹⁾.

(24) Las iniciativas en alfabetización en los medios de comunicación digitales deben garantizar una estrecha participación de los editores tradicionales, tomando en consideración la experiencia enormemente valiosa de la industria editorial en lo que respecta a la alfabetización mediática fuera del entorno en línea y dado la tendencia cada vez mayor de esta industria hacia la producción y distribución de contenidos digitales.

(25) La Comisión pretende crear consenso acerca de aspectos fundamentales de la alfabetización mediática (definiciones, objetivos) y apoyar el análisis e intercambio de buenas prácticas en el entorno digital, incluida la economía del sector de los medios de comunicación en Europa, concretamente mediante la organización de reuniones del Comité de contacto AVMS ⁽²⁾, la promoción y el

apoyo de actividades en el marco de la iniciativa MEDIA 2007 ⁽³⁾, la cooperación con las demás instituciones europeas y organizaciones internacionales como el Consejo de Europa, la UNESCO y la Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas, y la promoción de una asociación pública y privada en materia de alfabetización mediática.

RECOMIENDA:

I. Que los Estados miembros, en cooperación con las autoridades encargadas de reglamentar las comunicaciones audiovisuales y electrónicas y en colaboración con las autoridades responsables de la protección de datos cuando se considere oportuno:

- 1) desarrollar y aplicar iniciativas de corregulación que desemboquen en la adopción de códigos de conducta por parte de las principales partes interesadas y promover iniciativas y directrices de autorregulación, en las materias determinadas para la industria de los medios de comunicación que se describe más adelante en la parte II;
- 2) como continuación al actual estudio de la Comisión sobre criterios de evaluación de los niveles de alfabetización mediática en Europa, fomentar la investigación sistemática mediante estudios y proyectos sobre los diferentes aspectos y dimensiones de la alfabetización mediática en el entorno digital y vigilar y medir el progreso de los niveles de la misma;
- 3) abrir un debate en conferencias y otras actividades públicas sobre la inclusión de la alfabetización mediática en el plan de estudios obligatorio y como parte de la oferta de competencias clave para el aprendizaje permanente, establecida en la Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente;
- 4) estimular sus esfuerzos para mejorar la concienciación sobre el patrimonio audiovisual nacional y europeo mediante campañas nacionales de sensibilización destinadas a los ciudadanos;
- 5) aumentar la concienciación mediante acciones de formación, jornadas informativas y distribución de paquetes informativos acerca de los riesgos asociados al tratamiento de datos personales a través de redes de información y comunicación así como educar a los usuarios, especialmente a los jóvenes, padres y profesores, en este campo.

⁽¹⁾ COM (2007) 228 final de 2 de mayo de 2007.

⁽²⁾ AVMS, véase la Directiva 2007/65/CE.

⁽³⁾ Decisión n° 1718/2006/CE.

II. Que la industria de los medios de comunicación incremente su compromiso de proporcionar las herramientas necesarias para mejorar el nivel de alfabetización mediática:

- 1) difundiendo sistemáticamente el conocimiento mediante campañas informativas en las que se muestre cómo se producen, editan y distribuyen la información y los contenidos creativos en el mundo digital, incluyendo el funcionamiento de los motores de búsqueda y cómo hacer un mejor uso de ellos;
- 2) proporcionando a los ciudadanos información clara y fácil de consultar mediante la organización de campañas de concienciación acerca de las técnicas empleadas para fines de comunicación comercial, a saber, la colocación de productos y la publicidad en línea, y con las que resulte más fácil determinar la línea que separa la comercialización y los contenidos;
- 3) proporcionando a los ciudadanos información, creando paquetes informativos especialmente destinados a los jó-

venes acerca del tratamiento que reciben sus datos personales en el contexto de ofertas ajustadas al perfil del usuario, a saber, publicidad interactiva, dentro del máximo respeto de las disposiciones legales vigentes;

- 4) informando activamente a los ciudadanos mediante jornadas informativas acerca del funcionamiento de la economía creativa, incluido el papel de los derechos de autor a este respecto.

III. Los destinatarios de la presente Recomendación serán los Estados miembros.

Hecho en Bruselas, el 20 de agosto de 2009.

Por la Comisión

Viviane REDING

Miembro de la Comisión