

Editorial

Editorial

DOI:10.3916/C34-2010-01-01

La Unión Europea dictamina una nueva Recomendación sobre alfabetización mediática en el entorno digital en Europa

The European Union Passes a Recommendation on Media Literacy in the European Digital Environment

Dr. J. Ignacio Aguaded-Gómez

En diciembre de 2007, la Comisión Europea (véase COMUNICAR, 32, 2007), a través de su Parlamento (COM, 2007: 33), ya aprobó una recomendación que instaba a los Estados miembros a trabajar la alfabetización para la comunicación, tanto sobre publicidad como medios en general, intentando potenciar la presencia del cine europeo y las habilidades creativas y comunicativas de la ciudadanía en los medios clásicos, así como en los nuevos medios digitales. En este primer dictamen el Parlamento Europeo instaba a la Comisión a potenciar sus actuaciones en orden a la promoción, de forma más sistemática y generalizada, de la alfabetización mediática en todos los países europeos de la Unión, con la colaboración de las instituciones europeas, y de las autoridades locales y regionales.

Diferentes organismos europeos han ido ratificando en los últimos años la necesidad de fomentar esta alfabetización mediática en la ciudadanía. Así el Consejo de Educación, Juventud y Cultura, en mayo de 2008, considera la alfabetización mediática como un factor clave para una ciudadanía activa en la sociedad actual de la información. También el Comité de las regiones, en octubre de 2008, adoptó un dictamen global sobre contenidos creativos on-line y alfabetización mediática. El Consejo de Lisboa (CdR 9472008), en el marco de la Iniciativa i2010 pretende impulsar el sector de las TIC y crear un Espacio Único Europeo de Información.

Esta nueva Recomendación de la Comisión Europea, dictaminada en Bruselas el 20 de agosto de 2009, se enmarca en amplio movimiento europeo que considera la alfabetización mediática como un eje clave en la iniciativa i2010 que aspira a una economía del conocimiento más competitiva, que favorezca una sociedad de la información más incluyente.

A finales de 2006 se realizó una macroconsulta pública que puso de manifiesto las diferencias en las prácticas y niveles de alfabetización mediática en Europa. Por ello, urgía la necesidad de llevar a cabo una investigación a gran escala para establecer los niveles y grados de alfabetización de la ciudadanía. En 2007 el estudio «Current trends and approaches to media literacy in Europe», realizado por la Comisión, señalaba los obstáculos para la alfabetización mediática a escala europea, incidiendo en la falta de una visión común de las iniciativas locales, regionales y nacionales y la inexistencia de redes europeas potentes en este campo. De este modo, se recomendaba en este estudio la necesidad de analizar, acen-
tuar y difundir buenas prácticas en toda la Unión Europea y promover redes de coordinación. Para ello es necesario aumentar la capacidad de los ciudadanos europeos como consumidores de medios, esto es, su acceso a los medios, su comprensión y evaluación de los mismos con criterio. Los nuevos desafíos que generan los contenidos digitales y la multiplicación de las pla-



Editorial

Editorial

taformas de distribución de contenidos requieren una alfabetización que abarque a todos los medios con el objeto de «aumentar la concienciación de todos los ciudadanos sobre las múltiples formas de mensajes difundidos por los medios con que se puede encontrar en su vida diaria». En este sentido, «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 los riesgos de exclusión de la comunidad», porque «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 la información difundida a través de las nuevas tecnologías de la comunicación».

La Comisión indica en su Recomendación que es responsabilidad principal de los Estados miembros el decidir cómo incorporar la alfabetización mediática en los planes de estudio escolares en todos los niveles. No obstante, también señala el papel de las autoridades regionales y locales –por su cercanía a los ciudadanos– como posibles motores de alfabetización. También la sociedad civil ha de colaborar activamente en esta promoción que tiene que ser necesariamente ascendente y progresiva.

Así, la Comisión en esta Recomendación de agosto de 2009, en su apartado 21, establece que han de fomentarse proyectos de investigación sobre alfabetización mediática. Igualmente se pretende crear un consenso acerca de los aspectos fundamentales, a través de la iniciativa Media 2007 (programa de apoyo al sector audiovisual), la cooperación con las demás instituciones europeas y organizaciones internacionales como la UNESCO, la Alianza de las Civilizaciones (ONU) y la promoción de una asociación pública y privada en materia de alfabetización mediática.

La Recomendación de la Comisión Europea, como era lógico, concluye con un conjunto de orientaciones y prescripciones a los países miembros de notable interés e impacto futuro: 1) Fomentar la corregulación del sector audiovisual así como el fomento de su autorregulación; 2) Necesidad de una investigación sistemática mediante estudios y proyectos sobre alfabetización mediática en el entorno digital; 3) Promover conferencias y otras actividades públicas para la inclusión de la alfabetización mediática en los planes de estudio y como parte de la oferta de competencias clave para el aprendizaje permanente, establecida en la Recomendación del Parlamento Europeo de 18-12-06; 4) Aumentar la concienciación mediante acciones de formación sobre los riesgos del tratamiento de datos; 5) Incrementar el compromiso de las industrias de los medios en los niveles de alfabetización mediática, mediante campañas informativas y de concienciación, paquetes informativos, e informando activamente a los ciudadanos sobre esta necesaria alfabetización mediática en el entorno digital europeo.

