

Bruselas, 30 de noviembre de 2021
(OR. en)

14543/21

AUDIO 118
CULT 114
COMPET 877
MI 903
PI 124
TELECOM 447
SPACE 120

RESULTADO DE LOS TRABAJOS

De:	Secretaría General del Consejo
A:	Delegaciones
N.º doc. prec.:	13592/21
Asunto:	Conclusiones del Consejo sobre el aumento de la disponibilidad y la competitividad de los contenidos audiovisuales y mediáticos europeos

Adjunto se remite a las delegaciones las Conclusiones del Consejo sobre el aumento de la disponibilidad y la competitividad de los contenidos audiovisuales y mediáticos europeos adoptadas por el Consejo de Educación, Juventud, Cultura y Deporte en su sesión de los días 29 y 30 de noviembre de 2021.

Conclusiones del Consejo sobre el aumento de la disponibilidad y la competitividad de los contenidos audiovisuales y mediáticos europeos

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA

RECONOCE QUE:

1. La disponibilidad de contenidos audiovisuales y mediáticos europeos y la accesibilidad efectiva de estos tienen una importancia creciente para el desarrollo sostenible del sector europeo de los medios de comunicación, y están estrechamente vinculadas a la promoción de la diversidad cultural y lingüística como principal activo de su competitividad.
2. Para conseguir este objetivo, ha de garantizarse una primacía suficiente de las obras audiovisuales y los contenidos mediáticos europeos y han de fomentarse nuevas fuentes de financiación y modelos de distribución con medidas estratégicas sectoriales y horizontales específicas, habida cuenta de la creciente presencia de proveedores y plataformas mundiales de servicios de contenidos audiovisuales y mediáticos.
3. Dichas medidas son tanto más importantes cuanto que la pandemia de COVID-19 ha tenido grandes repercusiones en el nivel y la estructura de la financiación de los contenidos audiovisuales europeos. Ha acelerado las tendencias del mercado a un aumento por parte de los proveedores en línea de la oferta y la demanda de contenidos respecto de la cuota de obras cinematográficas y otras obras audiovisuales procedentes de distintos mercados nacionales, las relaciones entre obras dramáticas de éxito y emisiones de vídeos a la carta, y la desigual visibilidad de dichas obras en los distintos mercados¹.

¹ *Yearbook 2020/2021 Key Trends*, [Anuario de las principales tendencias 2020/2021], Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, Consejo de Europa, Estrasburgo, 2021, p. 20.

4. Con el aumento de la demanda de contenidos disponibles en línea están surgiendo modelos de negocio evolutivos para la financiación de inversiones por parte de proveedores de vídeos a la carta y para la concesión de licencias, mientras que la mayoría de los contenidos audiovisuales y mediáticos europeos siguen siendo producidos por agentes tradicionales, como empresas de medios de comunicación públicas y privadas y productores independientes que tienen capacidad para desarrollar nuevos proyectos y lanzar nuevos talentos. Aunque la financiación pública es más importante para algunos sectores que para otros, siguen existiendo diferencias entre los sistemas y capacidades de los distintos países.
5. Además, la pandemia de COVID-19 ha ampliado la brecha entre los ingresos procedentes de la publicidad en internet y los de la publicidad tradicional. Si bien hasta la crisis de la COVID-19 la publicidad en televisión mantenía relativamente bien su posición competitiva frente a la publicidad en línea, en 2021 la cuota de esta última se acrecentó².
6. La distribución de contenidos audiovisuales y mediáticos se lleva a cabo cada vez con mayor frecuencia en línea, concretamente por medio de plataformas en línea, y su papel como fuente de ingresos de las empresas de medios de comunicación es primordial. Dado que los contenidos creativos y culturales, tanto en línea como fuera de línea, tienen un gran potencial económico para Europa, es importante garantizar un acceso equitativo a estos a fin de salvaguardar el debate democrático, el pluralismo de los medios de comunicación y la diversidad cultural y lingüística.
7. Al objeto de aumentar la disponibilidad de contenidos audiovisuales y mediáticos europeos y mejorar su competitividad, deben adoptarse nuevas medidas en relación con las siguientes prioridades:
 - a) diversidad cultural;
 - b) promoción y primacía de los contenidos europeos;
 - c) sostenibilidad.

² *Yearbook 2020/2021 Key Trends*, [Anuario de las principales tendencias 2020/2021], Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, Consejo de Europa, Estrasburgo, 2021, p. 46.

A. DIVERSIDAD CULTURAL

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA

RECONOCE QUE:

8. Dado que la diversidad cultural y la creatividad constituyen la esencia misma de los sectores audiovisual y mediático europeos, que compiten con otros contenidos disponibles de forma generalizada en el mercado internacional, es importante impulsar las capacidades de estos sectores para llegar a una audiencia más amplia, aumentar la circulación de los contenidos y promover sus distintas expresiones, su innovación y sus talentos, preservando al mismo tiempo nuestros activos culturales estratégicos.
9. Las soluciones digitales pueden facilitar una mayor accesibilidad, y por su parte las coproducciones, el apoyo a la distribución transfronteriza, un sector del espectáculo y de distribución dinámico e independiente, la promoción de la diversidad lingüística y la libertad de creación pueden incidir de forma determinante en una mayor disponibilidad de contenidos y una mayor competitividad del sector audiovisual.

SUBRAYA LO SIGUIENTE:

10. Las coproducciones, así como la colaboración internacional entre profesionales de todos los eslabones de la cadena de valor (creación, formación, desarrollo, producción, promoción y distribución), facilitan la distribución transfronteriza de obras audiovisuales, contribuyen a aumentar el desarrollo del sector en los países socios y ayudan a mejorar los intercambios culturales y económicos.
11. De conformidad con el principio de subsidiariedad, las coproducciones internacionales están sujetas a diferentes sistemas de financiación y a diferentes capacidades audiovisuales en los Estados miembros, con diferentes cuotas de contenidos europeos diversos en los mercados europeo e internacional.

12. Para que las obras audiovisuales europeas tengan éxito tanto en el mercado europeo como en el mercado internacional, es de suma importancia que los contenidos cumplan normas estrictas en términos de gran calidad e innovación, que reflejen la diversidad cultural y temática de la sociedad europea y, cuando proceda, tengan un atractivo internacional.
13. El valor histórico y cultural de los archivos audiovisuales constituye un activo importante para el sector y debe salvaguardarse para facilitar la difusión y la posible reutilización de los contenidos por motivos de interés público.
14. En lo referente a la libertad de creación, es importante amparar la libertad de expresión, el pluralismo de los medios y la diversidad de opiniones e ideas, que son algunos de los valores fundamentales de la Unión Europea.
15. Debe prestarse especial atención a la accesibilidad de los contenidos para las personas con discapacidad y las de edad avanzada.
16. En Europa, los medios de comunicación públicos juegan un importante papel en la protección del interés general, el fomento de la diversidad de opiniones, la creación de contenidos e ideas nuevos e innovadores y la lucha contra la desinformación y la información errónea.
17. Una remuneración justa de los autores, productores y otros titulares de derechos es fundamental para su libertad de creación y su independencia económica, así como para la sostenibilidad, la originalidad y la competitividad del sector de los medios de comunicación.
18. Una participación equilibrada desde el punto de vista del género y socialmente inclusiva contribuye a mejorar la calidad y a ampliar los horizontes de los contenidos audiovisuales y mediáticos europeos.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN EUROPEA A QUE, DENTRO DE SUS RESPECTIVAS COMPETENCIAS:

19. Faciliten las coproducciones, en particular promoviendo un modelo de coproducción europeo, y promuevan su circulación en los países participantes y en otros países, teniendo en cuenta al mismo tiempo el contexto evolutivo de las inversiones de los proveedores de vídeos a la carta³.
20. Fomenten el intercambio de conocimientos especializados sobre coproducciones e impulsen la colaboración desde una fase temprana en el desarrollo de coproducciones y entre profesionales a lo largo de toda la cadena de valor.
21. Desarrollen mejores políticas para potenciar la competitividad del sector audiovisual europeo fomentando la creación de contenidos europeos de gran calidad que puedan atraer a un público más amplio y prestando apoyo al mismo tiempo a los autores, como principales creadores de contenidos, a las coproducciones y a la distribución de contenidos originales.
22. Fomenten una mayor disponibilidad de contenidos originales en distintas versiones lingüísticas y apoyen el desarrollo de soluciones digitales que propicien la diversidad lingüística y garanticen la posibilidad de visualizar los contenidos en su lengua original.
23. Promuevan el desarrollo de herramientas de mercadotecnia y de estrategias de captación de audiencia eficientes y que mejoren la alfabetización mediática y cinematográfica, teniendo en cuenta al mismo tiempo el análisis de la audiencia y las expectativas de esta.
24. Promuevan la paridad de género y la diversidad social en la creación de contenidos introduciendo incentivos para alentar a las partes interesadas del sector audiovisual a luchar por la igualdad, la diversidad y la inclusión, respetando al mismo tiempo la libertad de creación.
25. Procuren garantizar que el contenido de los archivos nacionales y de los institutos de patrimonio audiovisual se proteja y se promueva, y esté disponible a mayor escala, garantizando al mismo tiempo el respeto de los derechos de propiedad intelectual correspondientes.

³ En este contexto, será de suma importancia el informe del grupo de trabajo sobre el método abierto de coordinación (MAC) relativo a las coproducciones.

INVITA A LA COMISIÓN EUROPEA A QUE:

26. Siga apoyando, a través del subprograma MEDIA del programa Europa Creativa, redes de servicios europeos independientes de vídeos a la carta que tengan una proporción elevada de contenidos europeos y a los que den visibilidad mediante actividades destacadas.
27. Mantengan el proceso de consulta a través del Foro del Cine Europeo, con los Estados miembros y todas las partes interesadas pertinentes, sobre cómo impulsar la circulación a largo plazo de contenidos europeos derivados de coproducciones y otras formas de colaboración transfronteriza, teniendo en cuenta al mismo tiempo el resultado del diálogo con la industria audiovisual, previsto en el Plan de acción para los medios de comunicación y audiovisuales, sobre cómo mejorar el acceso transfronterizo a los contenidos audiovisuales y la disponibilidad de estos.

B. PROMOCIÓN Y PRIMACÍA DE LOS CONTENIDOS EUROPEOS

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA

RECONOCE QUE:

28. El acceso a informaciones y contenidos audiovisuales diversos y en todas las lenguas de la UE, así como a contenidos fiables y fidedignos, es de suma importancia.
29. La función que desempeñan en Europa los medios de comunicación públicos de salvaguarda de los valores democráticos, fomento de la diversidad de opiniones y mejora de la disponibilidad y la competitividad de los contenidos europeos es primordial, en especial cuando se sirven de herramientas tecnológicas innovadoras.
30. El objetivo de las normativas sobre promoción y primacía de los contenidos audiovisuales y mediáticos europeos es jugar un papel fundamental a la hora de garantizar el pluralismo de los medios de comunicación, reforzar la diversidad cultural, mejorar la competitividad internacional y promover la producción independiente.
31. Frente a las formas tradicionales de distribución, los consumidores pueden tener dificultades para encontrar obras europeas en plataformas de vídeos a la carta. Por lo tanto, es importante analizar el mercado y evaluar la eficacia de las medidas en materia de primacía.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN EUROPEA A QUE, DENTRO DE SUS RESPECTIVAS COMPETENCIAS:

32. Agilicen la transposición de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual revisada⁴, ya que su aplicación efectiva contribuirá a mejorar el acceso en línea a las obras europeas.
33. Fomenten el debate sobre las soluciones existentes o previstas en cuanto a la promoción de obras europeas y faciliten el intercambio de mejores prácticas en materia de medidas con las que se fomente la primacía de las obras europeas con arreglo a los diferentes modelos de negocio.
34. Desarrollen el intercambio de mejores prácticas y mejoren la cooperación entre las entidades reguladoras del sector audiovisual y los organismos de financiación de las películas.
35. Mejoren y faciliten las posibilidades de descubrir contenidos creativos a los que pueda accederse legalmente en línea en todas las lenguas de la Unión Europea, en concreto a través de herramientas en línea como Agorateka⁵, para que sean fácilmente localizables entre la enorme variedad de contenidos de otro tipo.
36. Fomenten el desarrollo de bases de datos como Lumiere VOD⁶ para facilitar la comprobación del país de origen de las obras europeas.
37. Fomenten un apoyo constante a la distribución en salas de obras europeas —también a los distribuidores más pequeños e independientes— para que circule una gran diversidad de películas europeas, y respalden los festivales como puntos de salida efectivos de contenidos originales y diversos, tanto a escala nacional como europea e internacional.

⁴ Véase en el anexo la referencia de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual.

⁵ Portal paneuropeo de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea:
<https://agorateka.eu/ea/es/About>

⁶ El primer directorio en línea de películas europeas disponibles en vídeo a la carta, inaugurado por el Observatorio Europeo del Sector Audiovisual el 16 de abril de 2019 en el Consejo de Europa.

38. Evalúen y debatan la situación actual de las obras europeas en la Unión Europea, teniendo en cuenta la posición de mercado de las distintas partes interesadas y todos los demás factores pertinentes (condiciones de competencia equitativas, particularidades audiovisuales y lingüísticas en diferentes países, definición actual de obras europeas⁷, etc.), con el fin de garantizar un mercado diverso, justo y equilibrado para las obras europeas.
39. Reflexionen sobre la soberanía digital y tecnológica de Europa, teniendo en cuenta a los proveedores europeos existentes, y estudien el valor añadido de una posible plataforma europea, en cooperación con los medios de comunicación públicos, que incluya contenidos europeos procedentes de los Estados miembros para ponerlos a disposición del mayor número posible de ciudadanos de la UE, velando al mismo tiempo por el respeto de los correspondientes derechos de propiedad intelectual y de la normativa vigente en materia de competencia y ayudas estatales.
40. Alienten a los medios de comunicación públicos a ofrecer nuevas oportunidades a los productores independientes para la creación y promoción de contenidos europeos.
41. Desarrollen y fomenten nuevos sistemas de promoción de la producción y distribución de obras audiovisuales europeas dirigidas a niños y adultos jóvenes.

INVITA A LA COMISIÓN EUROPEA A QUE:

42. Siga desempeñando un papel activo a la hora de facilitar la correcta aplicación de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual a través de una supervisión rigurosa, actividades de información y el apoyo a los Estados miembros.
43. Estudie la situación del mercado audiovisual europeo, centrándose en los principales retos y desequilibrios desde la perspectiva de la UE y las posibles soluciones a estos.

⁷ Definición establecida en la Directiva de servicios de comunicación audiovisual:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=ES>

C. SOSTENIBILIDAD

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA

SUBRAYA LO SIGUIENTE:

44. Para conseguir desarrollarse de forma sostenible, el sector de los medios de comunicación debe aprovechar sus activos (como la creatividad y la diversidad cultural), hacer que los contenidos estén disponibles y puedan verse y adaptarse a los retos y oportunidades que ofrece la transformación digital.
45. Las plataformas y los proveedores en línea, como agentes a escala mundial de la economía digital, desempeñan un papel primordial a la hora de garantizar la disponibilidad, accesibilidad y distribución de contenidos. Al mismo tiempo, cada vez son más importantes para propiciar el debate democrático, la diversidad cultural, el respeto de los valores y derechos fundamentales, la protección de los menores frente a los contenidos perjudiciales y la defensa de los derechos de propiedad intelectual.
46. La concesión de licencias territoriales y exclusivas sigue siendo esencial para la libertad de creación, la sostenibilidad y la financiación del sector, y como base para la creación de nuevos modelos empresariales.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN EUROPEA A QUE, DENTRO DE SUS RESPECTIVAS COMPETENCIAS:

47. Promuevan prácticas de concesión de licencias destinadas a garantizar una relación más equitativa entre los proveedores de vídeos a la carta, las plataformas, los productores independientes y otros titulares de derechos, en toda la cadena de valor, y fomenten el diseño de medidas destinadas a permitir una información transparente y completa sobre el uso que se le dé a las obras audiovisuales en los servicios en línea, que incluya la posibilidad de acceder a datos sobre el número total de visualizaciones y los territorios.

48. Estimulen la competitividad del sector audiovisual europeo, teniendo en cuenta el papel que desempeña la concesión de licencias territoriales y exclusivas de derechos en el régimen de financiación de las obras europeas. La cuestión de la concesión de licencias también debe integrarse en el debate en torno a la circulación de las obras audiovisuales anunciado en el Plan de acción para los medios de comunicación y audiovisuales.
49. Promuevan y apoyen métodos de financiación centrados en la innovación, el crecimiento, las tecnologías y la estructura de la industria.
50. Sigam promoviendo las acciones pertinentes del Plan de acción para los medios de comunicación y audiovisuales y fomentando la transformación y la resiliencia de las empresas independientes del sector audiovisual y de los medios de comunicación, en concreto MediaInvest, cuyo objeto es impulsar las inversiones en la producción y distribución audiovisuales, así como la herramienta interactiva para guiar a las empresas de medios de comunicación a través de los diversos instrumentos de apoyo.
51. Potencien un aumento del volumen de obras audiovisuales europeas en los catálogos a la carta con películas de calidad que cubran una amplia gama de temas y grupos de edad, y evalúen la posibilidad de establecer asociaciones público-privadas para la difusión de contenidos de alta calidad a escala nacional, europea e internacional.
52. Se centren en invertir en la resiliencia de los ciudadanos a través de medidas para la alfabetización digital y mediática con el fin de promover la adquisición de conocimientos y el pensamiento crítico; se trata de capacitar a los usuarios para que reconozcan lo que constituye un contenido ilícito o desinformación, comprendan el funcionamiento de las herramientas algorítmicas de recomendación y aprovechen la posibilidad de descubrir contenidos.
53. Refuercen y mejoren la formación de los profesionales y las empresas para ayudarles a adaptarse a un modelo cambiante de creación y distribución en el contexto de los sistemas basados en la inteligencia artificial (IA), y para fomentar los procesos de reciclaje y mejora de las capacidades.

54. Promuevan y apoyen las nuevas posibilidades que brinda la economía digital para la distribución de contenidos, prestando especial atención a un equilibrio justo entre el desarrollo de sistemas de IA y la utilización que hacen de los contenidos, a fin de garantizar la competitividad tanto del sector de la IA como del sector audiovisual y de los medios de comunicación. En este contexto, garanticen unas condiciones de competencia equitativas entre las partes interesadas y ayuden al sector audiovisual y de los medios de comunicación a prosperar sin poner trabas a la dinámica de la innovación.
55. Adopten todas las medidas necesarias para impedir el acceso a contenidos audiovisuales ilegales a escala nacional y de la UE, y establezcan medidas efectivas en línea que combatan las infracciones a escala comercial.
56. Adopten las medidas necesarias para que el sector de los medios de comunicación pueda aprovechar las oportunidades que ofrecen el Pacto Verde Europeo y la Legislación Europea sobre el Clima.
57. Debatán posibles iniciativas estratégicas relacionadas con el marco para la publicidad en línea, al objeto de garantizar unas normas justas para la publicidad en línea y la publicidad tradicional con respecto a los contenidos audiovisuales y mediáticos.
58. Defiendan la independencia de las organizaciones de medios de comunicación y adopten medidas, según proceda, para garantizar la transparencia y el pluralismo en el sector de los medios de comunicación.

INVITA A LA COMISIÓN EUROPEA A QUE:

59. Aligere las cargas administrativas relacionadas con el acceso de los contenidos europeos a la financiación, con pleno respeto de los requisitos del Reglamento Financiero.

Conclusiones del Consejo

- 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 sobre la mejora de la circulación transfronteriza de las obras audiovisuales europeas, prestando especial atención a las coproducciones (DO C 192 de 7.6.2019, p. 11).
- Conclusiones del Consejo sobre la salvaguardia de un sistema de medios de comunicación libre y pluralista (DO C 422 de 7.12.2020, p. 8).
- Conclusiones del Consejo sobre la alfabetización mediática en un mundo en constante transformación (DO C 193 de 9.6.2020, p. 23).
- Conclusiones del Consejo relativas a «Los medios de comunicación europeos en la Década Digital: un plan de acción para apoyar la recuperación y la transformación» (DO C 210 de 3.6.2021, p. 1).
- Conclusiones del Consejo sobre el Plan de trabajo en materia de cultura 2019-2022 (DO C 460 de 21.12.2018, p. 12).

Actos legislativos

- Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) (DO L 303 de 28.11.2018, p. 69).
- Reglamento (UE) 2021/818 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2021, por el que se establece el Programa Europa Creativa (2021 a 2027) y por el que se deroga el Reglamento (UE) n.º 1295/2013 (DO L 189 de 28.5.2021, p. 34).

Comunicaciones y recomendaciones de la Comisión

- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones «Los medios de Comunicación europeos en la Década Digital: un plan de acción para apoyar su recuperación y transformación», COM(2020) 784 final.
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre el Plan de Acción para la Democracia Europea, COM(2020) 790 final.
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones «Configurar el futuro digital de Europa», COM(2020) 67 final.
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones «Aprovechar al máximo el potencial innovador de la UE: un plan de acción en materia de propiedad intelectual e industrial para apoyar la recuperación y la resiliencia de la UE», COM(2020) 760 final.

Iniciativas del Parlamento Europeo

- Informe sobre la inteligencia artificial en los sectores educativo, cultural y audiovisual, 2020/2017 (INI).

Estudios del Observatorio Audiovisual Europeo

- *Yearbook 2020/2021 Key Trends*, [Anuario de las principales tendencias 2020/2021], Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, Consejo de Europa, Estrasburgo.

Consejo de Europa

- Convenio Europeo sobre Coproducción Cinematográfica, 1992.