

Bruselas, 30 de noviembre de 2018
(OR. en)

14986/18

AUDIO 113
CULT 156
DIGIT 242
COMPET 832
FISC 515
PI 173
EDUC 449

RESULTADO DE LOS TRABAJOS

De:	Secretaría General del Consejo
A:	Delegaciones
N.º doc. prec.:	13949/18
Asunto:	Conclusiones del Consejo sobre el fomento de los contenidos europeos en la economía digital

Adjunto se remite, a la atención de las delegaciones, el texto de las Conclusiones del Consejo sobre el fomento de los contenidos europeos en la economía digital, adoptado por el Consejo en su sesión n.º 3653 del 27 de noviembre de 2018. Las Conclusiones se remitirán al Diario Oficial para su publicación.

Conclusiones del Consejo sobre el fomento de los contenidos europeos en la economía digital

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Recordando el contexto político en el que se inscribe esta cuestión, al que se refieren los textos que figuran en el anexo¹,

RECONOCE QUE:

1. Los sectores de producción y distribución de contenidos, incluidos los contenidos y las obras de los medios de comunicación (con contenidos audiovisuales, impresos y en línea), así como otros sectores culturales y creativos, son pilares esenciales del desarrollo social y económico de Europa. La calidad y la diversidad de los contenidos europeos son inherentes a la identidad europea y esenciales para la democracia y la inclusión social y para el dinamismo y la competitividad de los sectores europeos de los medios de comunicación, la cultura y la creación. Dichos sectores refuerzan asimismo la capacidad de influencia de Europa a nivel mundial. Gracias a sus efectos transversales, fomentan la innovación, la creatividad y la riqueza en otros sectores.
2. Las tecnologías digitales y en línea brindan una gran oportunidad de fomentar una nueva era de creatividad europea. También ofrecen la posibilidad de aumentar el acceso a los contenidos culturales europeos y de preservar, promover y difundir nuestro patrimonio cultural europeo, por ejemplo mediante el uso de la realidad virtual. Las tecnologías digitales permiten a todos adquirir nuevas capacidades y conocimientos, crear nuevos servicios, productos y mercados y llegar a nuevos públicos. Las plataformas en línea, en particular los medios sociales y las plataformas de distribución de vídeos, proporcionan acceso a una enorme variedad de contenidos, especialmente de terceros, a innumerables usuarios en la Unión Europea y en todo el mundo.

¹ En el anexo se enumeran documentos de interés en relación con las cuestiones de que se trata (comunicaciones de la Comisión, actos legislativos, conclusiones del Consejo, etc.).

3. Al mismo tiempo, el uso de las tecnologías digitales y en línea plantea retos para los sectores europeos de producción y distribución de contenidos en su conjunto. Todos los interesados deben adaptar sus estrategias empresariales, desarrollar nuevas capacidades, ampliar sus conocimientos, replantearse la estructura de sus organizaciones y evaluar sus modelos de financiación y de producción o distribución. El mayor uso de los datos está afectando cada vez más a las cadenas de valor a todos los niveles. Esta evolución también tiene una enorme influencia en las expectativas y el comportamiento de los usuarios.
4. Las plataformas en línea mundiales han influido de manera decisiva en la transformación digital. En particular, los modelos empresariales basados en algoritmos de las plataformas en línea que ofrecen contenidos culturales y creativos, incluidos los contenidos de los medios de comunicación, y que se basan en la distribución personalizada de contenidos y en publicidad selectiva según los usuarios, han suscitado cuestiones relativas a la transparencia, la desinformación, el pluralismo de los medios de comunicación, la fiscalidad, la remuneración de los creadores de contenidos, la protección de la intimidad, la promoción de los contenidos y la diversidad cultural.
5. Es conveniente destacar las siguientes prioridades políticas en la agenda de la Unión Europea:
 - A. Fomentar la diversidad, la visibilidad y la innovación
 - B. Establecer condiciones de competencia equitativas
 - C. Reforzar la confianza en la información y las fuentes
 - D. Mejorar las capacidades y las competencias.
6. A la luz de la evolución mencionada y teniendo en cuenta los intereses de los ciudadanos, es necesario que el Consejo ofrezca una respuesta global y sin perjuicio de las negociaciones en curso sobre las propuestas legislativas y sobre el próximo marco financiero plurianual.

A. FOMENTAR LA DIVERSIDAD, LA VISIBILIDAD Y LA INNOVACIÓN

DESTACA QUE:

7. El pluralismo de los medios de comunicación es importante para garantizar que los ciudadanos tengan acceso a información y puntos de vista variados. La colaboración transfronteriza entre los interesados del sector de los medios de comunicación puede ayudar a alcanzar una masa crítica y a llegar a un público más amplio. La concentración excesiva de los sectores de producción y distribución de contenidos puede poner en peligro el acceso de los ciudadanos a una serie de contenidos.
8. Las tecnologías digitales pueden facilitar el acceso transfronterizo a medios de comunicación y contenidos culturales y creativos lingüísticamente diversos, tanto dentro como fuera de Europa, por ejemplo mediante la traducción o los subtítulos. Las plataformas activas en los sectores europeos de los medios de comunicación y la cultural pueden aportar una contribución significativa, bien facilitando el acceso a contenidos europeos, o bien aportando sus propios contenidos o produciendo nuevos contenidos europeos.
9. La Directiva revisada sobre servicios de comunicación audiovisual tiene por objeto reforzar aún más la promoción de los contenidos audiovisuales europeos, en particular estableciendo requisitos sobre la proporción de obras europeas que ha de figurar en los catálogos a la carta y la relevancia de dichas obras en los servicios a la carta. El subprograma MEDIA del programa «Europa Creativa» acompaña a la Directiva sobre servicios de comunicación audiovisual apoyando la difusión y la promoción de obras audiovisuales no nacionales en toda Europa.
10. La existencia de instrumentos de apoyo adecuados, nacionales o de la UE, puede desempeñar un papel importante en la transformación digital de los sectores de producción y distribución de contenidos.
11. Los sectores de producción de contenidos deben ser integradores y ofrecer una amplia gama de puntos de vista y perspectivas para aumentar la visibilidad de los variados contenidos ofrecidos por los medios de comunicación y los sectores cultural y creativo europeos, y para llegar a un público más amplio.
12. Las organizaciones de medios de comunicación con obligaciones de servicio público deben mantener de manera sistemática una deontología periodística rigurosa y un nivel elevado de inversión en contenidos europeos de alta calidad, y deben seguir creando formas innovadoras de ofrecer dichos contenidos al público.

PIDE A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN QUE, DENTRO DE SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA:

13. Fomenten la creación de plataformas europeas competitivas que den acceso a contenidos europeos, y promuevan la creación y el uso de un directorio en línea de películas europeas.
14. Promuevan y apoyen, según proceda, iniciativas y herramientas no invasivas que favorezcan la posibilidad de descubrir y acceder a la gama más amplia posible de contenidos y obras europeos, incluidos tanto los contenidos procedentes de países pequeños y en lenguas menos habladas, como los contenidos de interés general.
15. Cuando proceda y sea posible, faciliten la cooperación entre los proveedores de medios de comunicación públicos y privados como medio para que los agentes europeos puedan competir mejor con los mundiales y para salvaguardar la producción de contenidos europeos y el acceso a los mismos en un mundo en línea.
16. Reconozcan que las plataformas en línea, al igual que todos los demás interesados, deben actuar de acuerdo con la normativa de los sectores del mercado en los que prestan sus servicios.
17. Sigán ayudando a los sectores de producción y distribución de contenidos a acceder a medios financieros y reconozcan la función de la coproducción. Cuando proceda, y de conformidad con el Derecho de la Unión, un sistema combinado de incentivos públicos, fuentes privadas de financiación (por ejemplo, capital riesgo o financiación participativa) y financiación pública podría contribuir a la dinamización del sector europeo de contenidos.
18. Promuevan planteamientos innovadores en lo que se refiere al aumento de la audiencia y sensibilicen sobre la importancia de que se recojan y procesen datos de manera fiable, en particular en cumplimiento de la legislación de la UE sobre protección de datos y privacidad, para permitir una mejor comprensión de las necesidades y expectativas de los grupos destinatarios y para enriquecer el proceso de creación.

19. Aumenten la diversidad social en el sector de producción de contenidos, refuercen la igualdad de género en lo que se refiere al empleo, la remuneración equitativa y la visibilidad, y fomenten la investigación independiente, incluida la recopilación periódica de datos comparables sobre la proporción de mujeres que participan en el proceso de creación, producción y distribución;

INVITA A LA COMISIÓN A QUE:

20. Siga apoyando y evalúe periódicamente el instrumento de seguimiento del pluralismo en los medios de comunicación para determinar los riesgos que existen para el pluralismo de los medios de comunicación en la UE en el entorno digital.}
21. Reflexione sobre el papel cada vez más importante que tienen los modelos empresariales en línea para la producción y difusión de contenidos, y sobre sus efectos en el pluralismo de los medios de comunicación.

B. ESTABLECER CONDICIONES DE COMPETENCIA EQUITATIVAS

DESTACA QUE:

22. Para hacer frente a los retos planteados por la transformación digital de la economía, el sistema tributario debe velar por que todas las empresas abonen la parte de impuestos que les corresponde y por que las condiciones de competencia sean equitativas a nivel mundial.
23. Se están llevando a cabo debates y reflexiones sobre la manera de atender a las necesidades del futuro ecosistema de los medios digitales y los contenidos culturales y creativos, incluidas las necesidades de los consumidores. En particular, se trata definir adecuadamente los mercados en línea y de tomar en consideración nuevos factores competitividad que pueden ser pertinentes, como los macrodatos, los algoritmos y la inteligencia artificial.
24. Se ha ampliado el ámbito de aplicación de la Directiva revisada sobre servicios de comunicación audiovisual para garantizar que las normas cualitativas sobre publicidad, la protección de los menores contra los contenidos nocivos y la protección del público en general contra la incitación al odio y los contenidos que constituyen un delito sean también aplicables a los contenidos audiovisuales distribuidos por plataformas de distribución de vídeos.

25. El sector de producción de contenidos necesita estadísticas y análisis de datos que sean comparables.
26. Existe una amplia gama de plataformas en línea que ofrecen una gran variedad de funciones y servicios. Algunas agregan información y permiten las búsquedas, otras dan acceso a contenidos y servicios diseñados u operados por terceros o alojan e indexan este tipo de contenidos y servicios, otras facilitan la venta de bienes y servicios (incluidos los servicios audiovisuales). Pueden llevar a cabo varias funciones en paralelo, y también pueden establecer clasificaciones de la accesibilidad y la visibilidad del contenido o influir en ellas de otro modo.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN A QUE, DENTRO DE SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA:

27. Reconozcan la importancia de los debates en curso en el Consejo en relación con la fiscalidad de la economía digital.
28. Promuevan la equidad garantizando que las plataformas en línea sean transparentes en sus condiciones, sus prácticas de información en relación con las obras que distribuyen, sus parámetros de listado, y las prácticas de clasificación y publicidad incorporadas en su servicio, sin infringir el secreto comercial.
29. Fomenten una remuneración equitativa en todos los eslabones de la cadena digital de valor.
30. Sigam esforzándose por crear condiciones en las que los creadores de contenidos europeos, incluidos los profesionales de la cultura y los medios de comunicación, puedan aprovechar las oportunidades que ofrece la economía digital.

INVITA A LA COMISIÓN A QUE:

31. Prosiga sus esfuerzos para garantizar condiciones de competencia equitativas en los sectores de contenidos europeos en los que operan las plataformas en línea, teniendo en cuenta los tipos y tamaños específicos de las plataformas.
32. Reflexione, a la vista de la evolución del ecosistema de los medios digitales y los contenidos culturales y creativos, sobre la manera de evitar cualquier distorsión de la competencia.

33. Siga reflexionando con los Estados miembros para garantizar la seguridad jurídica en relación con las actividades de las plataformas en línea en el ecosistema de los medios digitales y los contenidos culturales y creativos, teniendo en presente, entre otras cosas, la Directiva sobre el comercio electrónico.

C. REFORZAR LA CONFIANZA EN LA INFORMACIÓN Y LAS FUENTES

DESTACA QUE:

34. En un contexto de fragmentación del paisaje informativo y de amenazas para la seguridad nacional, los medios de comunicación profesionales desempeñan un papel clave en la producción, difusión y verificación de la información y, por lo tanto, son indispensables para el discurso público. En este sentido, los medios de comunicación independientes con obligaciones de servicio público siguen desempeñando una función vital en la protección de la democracia, el pluralismo, la cohesión social y la diversidad cultural y lingüística. Además, muchos medios de comunicación privados proponen contenidos que también son de interés público. En este marco, el Consejo subraya la importancia que revisten para los ciudadanos la alfabetización mediática y la crítica de las fuentes, y toma nota de la Comunicación de la Comisión sobre la desinformación.
35. El pluralismo de los medios de comunicación, que depende de la existencia de diversidad en la propiedad de los medios de comunicación y en los contenidos y de la existencia de un periodismo independiente, es fundamental para hacer frente a la difusión de la desinformación y para garantizar que los ciudadanos europeos estén bien informados. La cooperación y las alianzas en estos sectores pueden tener efectos positivos para los interesados en cuanto a la sostenibilidad económica y la competitividad en un contexto mundial.
36. Ante la frecuencia cada vez mayor de la utilización de plataformas en línea para la distribución de contenidos, el Consejo toma nota de los esfuerzos de la Comisión por combatir los contenidos ilícitos en línea y la distribución ilícita de contenidos.
37. La existencia de condiciones de trabajo seguras para los periodistas es esencial en el cambiante panorama de los medios de comunicación, a fin de garantizar un periodismo profesional e independiente.
38. Los denunciantes de irregularidades contribuyen de manera importante a que los periodistas y la prensa independiente puedan trabajar y ejercer su función de observadores críticos de la vida pública.

PIDE A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN QUE, DENTRO DE SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA:

39. Refuercen el ecosistema europeo de los medios de comunicación para garantizar la producción y la visibilidad duraderas del periodismo profesional como medio de empoderar a los ciudadanos, proteger la democracia y contrarrestar eficazmente la difusión de desinformación.
40. Garanticen la protección efectiva de los periodistas y otros profesionales de los medios de comunicación, y de sus fuentes, en particular en el ámbito del periodismo de investigación.
41. Fomenten el periodismo profesional en todos los Estados miembros y promuevan el periodismo transfronterizo mediante el desarrollo de capacidades, la formación y el desarrollo de nuevas tecnologías para las redacciones.
42. Promuevan el periodismo independiente y protejan a los periodistas de influencias indebidas.
43. Promuevan la distribución legal de contenidos y reflexionen sobre la importancia de reducir la distribución ilegal y el uso no autorizado de contenidos creativos.
44. Garanticen un mayor acceso a la información y su libre circulación en beneficio de los medios de comunicación y del público, aumentando la transparencia de los poderes públicos y la libertad de los medios de comunicación y capacitando a los ciudadanos para que puedan disfrutar de su libertad de expresión.

INVITA A LA COMISIÓN A QUE:

45. Siga apoyando proyectos de supervisión de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación y preste ayuda jurídica y práctica a los periodistas y profesionales de los medios de comunicación amenazados.
46. Continúe el seguimiento regular del Código de buenas prácticas para combatir la desinformación e informe a los Estados miembros de los efectos de su aplicación, en particular con vistas a las elecciones al Parlamento Europeo de 2019.
47. Aumente la transparencia y la previsibilidad de las ayudas estatales en el contexto del ecosistema de los medios digitales y los contenidos culturales y creativos y cree un repositorio en línea de fácil utilización que remita a las normas aplicables en materia de ayudas estatales y a la jurisprudencia pertinente.

D. MEJORAR LAS CAPACIDADES Y LAS COMPETENCIAS

DESTACA QUE:

48. Las situaciones nuevas requieren nuevas capacidades. La alfabetización mediática es un factor decisivo tanto para los usuarios como para los creadores de contenidos. También los profesionales de los sectores de contenidos deben dotarse de capacidades creativas, digitales y empresariales que les permitan aprovechar al máximo las tecnologías existentes e incipientes.

PIDE A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN QUE, DENTRO DE SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIA:

49. Promuevan y apoyen la alfabetización mediática y la alfabetización digital con el fin de seguir desarrollando entre los ciudadanos un espíritu crítico ante los contenidos mediáticos distribuidos o promovidos, y alienten a los profesionales de los medios de comunicación a adquirir una formación más avanzada en materia de alfabetización mediática y digital.
50. Adapten los programas de formación, adquisición de competencias y promoción para que estén más en consonancia con el uso de medios y tecnologías tanto antiguos como nuevos, incluidos los principios del periodismo de calidad, la alfabetización visual, la inteligencia artificial, la tecnología de cadena de bloques, la realidad virtual y el análisis de datos. Para mantener un panorama europeo de medios de comunicación de alta calidad, es indispensable garantizar condiciones que permitan tanto la investigación periodística de alta calidad como la educación periodística.
51. Establezcan un diálogo estructurado entre estudiantes, universidades y profesionales del sector para fomentar la innovación en los sectores de producción de contenidos y aprovechen el potencial de la creatividad y la diversidad cultural para la innovación.

INVITA A LA COMISIÓN A QUE:

52. Mejore la alfabetización mediática mediante el apoyo a iniciativas educativas dirigidas a la vez a estudiantes y educadores profesionales y a otros profesionales como bibliotecarios y periodistas, y mediante campañas específicas de sensibilización en la sociedad civil.

Conclusiones del Consejo

- 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 C212 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)

Actos legislativos

- Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8.6.2014, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico)
- Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 22.5.2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información
- Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10.3.2010, 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)
- Reglamento (UE) n.º 1295/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11.12.2013, por el que se establece el Programa Europa Creativa (2014 a 2020)

Comunicaciones y recomendaciones de la Comisión

- Comunicación de la Comisión «Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa» [COM(2015) 192 final de 6.5.2015]
- Comunicación de la Comisión «Las plataformas en línea y el mercado único digital — Retos y oportunidades para Europa» [COM(2016) 288 final de 25.5.2016]
- Comunicación de la Comisión «Lucha contra el contenido ilícito en línea — Hacia una mayor responsabilización de las plataformas en línea» [COM(2017) 555 final 28.9.2017]
- Recomendación (UE) 2018/334 de la Comisión, de 1.3.2018, sobre medidas para combatir eficazmente los contenidos ilícitos en línea

- Comunicación de la Comisión «Inteligencia artificial para Europa» [COM(2018) 237 final de 25.4.2018]
- Comunicación de la Comisión «La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo» [COM(2018) 236 final de 26.4.2018]
- Comunicación de la Comisión «Una Nueva Agenda europea para la cultura» [COM(2018) 267 final de 22.5.2018]

Acuerdos internacionales

- Convención de la Unesco, de 20.10.2005, sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales
