

Bruxelas, 26 de maio de 2020
(OR. en)

8274/20

AUDIO 20
EDUC 198
SOC 328
DIGIT 41
INFO 8
DISINFO 6

RESULTADOS DOS TRABALHOS

de:	Secretariado-Geral do Conselho
para:	Delegações
n.º doc. ant.:	7684/20+COR 1
Assunto:	Conclusões do Conselho sobre a literacia mediática num mundo em constante mutação

Junto se enviam, à atenção das delegações, as conclusões do Conselho sobre a literacia mediática num mundo em constante mutação, adotadas pelo Conselho por procedimento escrito em 25 de maio de 2020, em conformidade com o artigo 12.º, n.º 1, primeiro parágrafo, do Regulamento Interno do Conselho e do artigo 1.º da Decisão 2020/556 do Conselho.

As conclusões do Conselho serão enviadas para publicação no Jornal Oficial da UE, tal como decidido pelo Comité de Representantes Permanentes em 14 de maio de 2020.

Conclusões do Conselho sobre a literacia mediática num mundo em constante mutação

O CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA,

TENDO EM CONTA:

1. O contexto político, tal como indicado no anexo;

RECONHECENDO QUE:

2. As nossas vidas sofreram profundas mudanças em virtude do progresso tecnológico e digital. Novas plataformas mediáticas e de comunicação vieram alterar as relações sociais e de comunicação, influenciar as indústrias culturais e criativas e mudar a paisagem mediática, bem como a forma de produzir, distribuir e consumir conteúdos. Os cidadãos europeus passaram a dispor de novas e importantes oportunidades para comunicar e descobrir, criar e distribuir diferentes tipos de conteúdos;
3. As mudanças digitais e tecnológicas ocorrem de forma imprevisível e contínua, impondo a necessidade de adaptação constante aos cidadãos e à sociedade. Inovações que tornem o mundo um lugar melhor, incluindo a digitalização e a criação de plataformas mediáticas e de comunicação, acarretam consequências que têm de ser devidamente enquadradas;
4. Além das inúmeras vantagens e efeitos positivos inerentes ao novo ecossistema mediático, este acarretou também um aumento constante da desinformação, da manipulação e dos discursos de ódio;

5. No novo ecossistema mediático, os cidadãos veem-se inundados pela quantidade de informação e poderão ter dificuldade em compreender as notícias e em encontrar informação exata e fontes noticiosas fiáveis, bem como conteúdos de qualidade em geral;
6. A exposição dos cidadãos a grandes volumes de desinformação, especialmente em tempos de grandes crises mundiais, como é o caso da pandemia de COVID-19, vem realçar a importância de adotar uma abordagem sistemática do desenvolvimento da literacia mediática, a importância da colaboração entre plataformas em linha, especialistas e autoridades competentes, bem como a importância de criar um procedimento independente de verificação dos factos a fim de limitar o alastramento de campanhas de desinformação em linha, sem deixar de respeitar a liberdade de expressão;
7. O mundo de hoje exige que o cidadão adquira um grande volume de novos conhecimentos e competências individuais e sociais que lhe permitam, em qualquer idade, aceder, escolher, compreender e utilizar, de forma sofisticada e responsável, a informação e diferentes tipos de média, tanto profissionais como criados pelo utilizador, em todos os tipos de canais e plataformas de distribuição ou comunicação;
8. Todas estas competências formam a literacia mediática, que deve ser entendida como um conceito global que abrange todas as capacidades técnicas, cognitivas, sociais, cívicas, éticas e criativas que permitem ao cidadão aceder e utilizar a informação e os média de forma eficaz, e criar e partilhar com segurança e responsabilidade conteúdos mediáticos nas diferentes plataformas. A literacia mediática não deverá cingir-se a uma aprendizagem centrada em ferramentas e tecnologias, devendo também procurar dotar os cidadãos das competências de pensamento crítico necessárias para emitir juízos, analisar realidades complexas e reconhecer a diferença entre factos e opiniões. Todas estas competências permitem ao cidadão participar nos aspetos económicos, sociais e culturais da sociedade, além de desempenhar um papel ativo no processo democrático¹;

¹ Baseado nas definições estabelecidas no âmbito da missão do Grupo de Peritos em Literacia Mediática e na Diretiva "Serviços de Comunicação Social Audiovisual" revista.

RECONHECENDO QUE:

9. À semelhança do que acontece com outros desafios presentes no mundo de hoje, a pandemia de COVID-19 veio realçar a necessidade de fontes de informação fiáveis e de transparência por parte das plataformas em linha; tornou-se vital dotar os cidadãos das competências necessárias para lidar com a desinformação;
10. Considerando o enorme volume de informação disponível na Internet, os algoritmos tornam-se fundamentais para organizar essa mesma informação e permitir orientar os conteúdos, para que os utilizadores tenham uma experiência relevante e personalizada;
11. Ao mesmo tempo, a ausência de transparência e a utilização de algoritmos sem uma avaliação adequada de risco e de impacto podem exacerbar o problema da desinformação e estimular o sensacionalismo, os conteúdos extremistas e um tipo de jornalismo de caça-cliques;
12. A influência dos algoritmos nos canais de divulgação e na seleção dos destinatários pode exercer um impacto considerável na opinião pública, influenciar o discurso sociopolítico e conduzir potencialmente à polarização social;
13. O aumento do volume de conteúdos em linha que envolvem discursos de ódio, incitamento à violência ou ao ódio, ciberassédio e outros conteúdos ilegais e/ou nocivos representa um desafio para a sociedade;
14. Numa economia mediática mundial que é digital e baseada em dados, a posição dominante no mercado de vários intervenientes ao nível mundial e os padrões de algoritmos utilizados pelas plataformas em linha poderão ameaçar o pluralismo e a diversidade dos conteúdos dos média;
15. O rápido crescimento e as mudanças em curso no ecossistema mediático têm consequências que influem na confiança do público nos média, podendo também exercer pressão sobre os padrões dos profissionais dos média e do jornalismo.

CONSTATANDO QUE:

16. A literacia mediática e a nossa capacidade de compreensão crítica e de interação responsável com os média nunca foram tão importantes como no mundo de hoje, afetado pela pandemia de COVID-19, não só por uma questão de proteção da saúde pública, mas também para assegurar a resiliência das sociedades democráticas e o reforço da participação democrática;
17. É necessário intensificar os esforços para dotar os cidadãos de todas as idades das competências da literacia mediática e do pensamento crítico, sem deixar de ter em conta a diversidade cultural e as importantes diferenças em matéria de literacia mediática e competências digitais em geral entre os Estados-Membros da UE;
18. O desenvolvimento constante dos novos média e das tecnologias da comunicação aumenta a exigência de encontrar novas abordagens da literacia mediática, especialmente no domínio da aprendizagem não formal e informal;
19. É necessário elaborar novos modelos de aprendizagem ao longo da vida no domínio da literacia mediática e dar a pessoas de todas as idades as oportunidades concretas para aprenderem as competências necessárias que lhes permitam compreender e evoluir numa paisagem mediática altamente complexa, mediante programas adaptados a vários grupos-alvo, que podem ser discriminados por idade e/ou por contexto;
20. É necessário implicar em maior medida na literacia mediática os intervenientes que estejam em posição de chegar aos cidadãos de todas as idades, como é o caso das instituições culturais (bibliotecas, museus e cinemas, por exemplo) que tenham acesso às infraestruturas pertinentes e que, junto da sociedade, gozem de um alto nível de confiança e que, por conseguinte, deverão ser ainda mais incentivados a reforçar a literacia mediática através dos seus serviços e atividades;
21. Os meios de comunicação social, especialmente os média de serviço público e as organizações de jornalismo, ocupam uma posição influente na sociedade e poderão desempenhar uma função mais proeminente em termos de promover, informar e sensibilizar o público para a importância da literacia mediática;

22. As agências e os organismos nacionais relevantes, especialmente as autoridades reguladoras dos média nacionais, em simultâneo com as atividades conjuntas que desempenham através do Grupo de Reguladores Europeus para os Serviços de Comunicação Social Audiovisual (ERGA) e dependendo do enquadramento jurídico nacional em que atuam, podem ter um importante papel a desempenhar, na medida em que sejam dotadas das competências e da posição que lhes permitam promover, organizar e coordenar ativamente as iniciativas de literacia mediática, bem como agregar os intervenientes e contribuir significativamente para lutar contra a desinformação;
23. Reforçar o jornalismo profissional, os média independentes, as reportagens de investigação e o pluralismo dos média, facilitar o acesso dos cidadãos a fontes de informação de qualidade, credíveis e diversificadas, e promover a confiança do público são elementos que contribuem para a proteção da democracia;
24. É importante incentivar a indústria europeia dos média a utilizar as tecnologias emergentes no que diz respeito à criação de conteúdos, aos canais de distribuição, à recolha e análise de dados, para atrair um público mais vasto e ajudá-lo a aceder a conteúdos de qualidade diversificados, além de promover o pluralismo dos média;
25. É importante continuar a realçar a necessidade de assegurar padrões mais elevados de responsabilidade e transparência nas plataformas em linha no que diz respeito a redobrar os esforços para proteger os utilizadores de conteúdos ilegais e nocivos e da desinformação, sem deixar de respeitar a liberdade de expressão;
26. A importância da cooperação entre as autoridades públicas e as plataformas em linha incide sobre vários tipos de informação, como, por exemplo, informações sobre os algoritmos e os conjuntos de dados, que poderão facilitar a monitorização eficaz das plataformas para eliminar problemas de desinformação;

27. Uma abordagem transetorial destinada a capacitar os cidadãos em matéria de literacia mediática, além de promover o progresso digital e tecnológico dos média e das indústrias culturais e criativas, beneficiará tanto os utilizadores como os criadores de conteúdos e conduzirá a maior criatividade e competitividade na indústria dos média;
28. O reforço da literacia mediática e a luta contra a desinformação exigem uma ação sistemática, estratégica e abrangente por parte de todos os Estados-Membros, bem como uma colaboração intersetorial entre as várias partes interessadas.

CONVIDA OS ESTADOS-MEMBROS, NO ÂMBITO DAS SUAS ESFERAS DE COMPETÊNCIA E NO RESPEITO DO PRINCÍPIO DA SUBSIDIARIEDADE, A:

29. Trabalhar sistematicamente para sensibilizar o público para a importância da literacia mediática e apoiar a elaboração coerente de políticas no domínio da literacia mediática e a sua execução;
30. Apoiar a criação e o desenvolvimento de redes de literacia mediática (a nível nacional, regional, local e temático) para agregar as partes interessadas pertinentes e permitir-lhes cooperar e elaborar projetos e iniciativas sustentáveis, viáveis e de longo prazo em matéria de literacia mediática;
31. Desenvolver uma abordagem de aprendizagem ao longo da vida em matéria de literacia mediática para todas as idades e prestar apoio nesse contexto a projetos-piloto e a projetos de investigação, a fim de criar ou desenvolver e avaliar novas metodologias, ações e conteúdos adaptados às necessidades específicas de grupos-alvo;
32. Apoiar o desenvolvimento e a partilha de materiais de ensino e formação no domínio da literacia mediática e o desenvolvimento de uma abordagem sistemática para o reforço das competências dos profissionais ativos em diferentes áreas (por exemplo, bibliotecários, pessoal dos museus, técnicos de juventude, professores, profissionais de literacia mediática, jornalistas), para lhes permitir reforçar a importante função que desempenham no desenvolvimento da literacia mediática dos cidadãos;

33. Incentivar as instituições culturais, as organizações da sociedade civil e as organizações de jornalismo a incluir nas suas atividades programas de aprendizagem ao longo da vida no domínio da literacia mediática e a promover todos os tipos de organizações mediáticas, especialmente os média de serviço público, para criar e promover iniciativas de literacia mediática e para participar noutras iniciativas e projetos de partes interessadas diferentes;
34. Continuar a explorar as possibilidades de promover e fomentar o jornalismo profissional como um elemento sustentável do ambiente dos média digitais a nível mundial;
35. Melhorar os modelos de formação existentes e, caso necessário, conceber novos modelos para o desenvolvimento das aptidões digitais no contexto das indústrias culturais e criativas europeias, para fomentar a utilização eficaz de tecnologias inovadoras e acompanhar o progresso tecnológico.

CONVIDA A COMISSÃO A:

36. Reforçar e desenvolver ainda mais o conceito da Semana Europeia da Literacia Mediática, em colaboração com os Estados-Membros, e promover a participação do público neste evento;
37. Desenvolver, no âmbito do futuro Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais, mecanismos para facilitar a colaboração e a troca voluntária de ideias e práticas em matéria de literacia mediática por um leque diversificado de partes interessadas;
38. Propor possíveis etapas futuras para encontrar soluções de longo prazo, sistemáticas e eficientes para lutar contra a desinformação, com base nos resultados obtidos da investigação abrangente, tanto em curso como futura, e a análise das medidas já tomadas, inclusive dando a devida consideração ao trabalho desenvolvido pelo Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual nesta área e à necessária cooperação entre as autoridades reguladoras nacionais;

39. Refletir, no contexto do recém-publicado Plano de ação da UE para os direitos humanos e a democracia no período 2020-2024 e tendo em vista a preparação do novo ato legislativo sobre os serviços digitais, do Plano de Ação para a Democracia Europeia e os Média e o plano de ação para o audiovisual sobre a necessidade de encontrar métodos mais eficazes para resolver os problemas de desinformação, sem prejudicar a proteção dos direitos fundamentais, em que a transparência e a responsabilidade das plataformas são princípios fundamentais;
40. Assegurar que sejam tidas em conta as especificidades e capacidades locais dos diferentes Estados-Membros, bem como a necessidade de uma colaboração exaustiva entre todas as partes interessadas relevantes nos Estados-Membros, para que as potenciais medidas sejam aplicáveis e eficazes, e possam ser verificadas de forma eficaz e independente;
41. Elaborar, em colaboração com os Estados-Membros, critérios e processos de avaliação sistemáticos para projetos e iniciativas de literacia mediática financiados pela UE, e elaborar uma metodologia uniformizada e comparativa para os Estados-Membros apresentarem informações sobre a evolução em matéria de literacia mediática, no quadro das futuras orientações previstas na Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual revista, que será publicada pela Comissão após consulta do Comité de Contacto.

CONVIDA A COMISSÃO E OS ESTADOS-MEMBROS, NO ÂMBITO DAS SUAS ESFERAS DE COMPETÊNCIA E NO RESPEITO DO PRINCÍPIO DA SUBSIDIARIEDADE, A:

42. Continuar e redobrar esforços no que diz respeito a uma abordagem sistemática, abrangente e transectorial a fim de desenvolver a literacia mediática e sensibilizar o público para a importância da literacia mediática; os esforços nacionais empreendidos nesta perspectiva, incluindo iniciativas de financiamento, deverão ser acompanhados ao nível da UE;
43. Fomentar uma melhor utilização das possibilidades proporcionadas pelos fundos e programas da UE para apoiar a educação mediática e diversos projetos e iniciativas no domínio da literacia mediática (por exemplo, o apoio aos média através do Programa Europa Criativa, especialmente a nova ação relativa ao apoio aos média) e desenvolver fontes adicionais de financiamento, bem como criar sinergias entre os programas da UE pertinentes;
44. Assegurar que as medidas de literacia mediática destinadas a menores no âmbito da Estratégia "Melhor Internet para as Crianças" acompanhem a constante evolução do ambiente digital;
45. Financiar e promover a investigação sistemática e regular sobre a literacia mediática e o impacto dos média e das plataformas digitais (por exemplo, a investigação sistemática sobre as medidas e iniciativas tomadas no domínio da literacia mediática; a investigação sobre a influência das novas plataformas mediáticas e de comunicação no bem-estar dos cidadãos; a investigação sobre o funcionamento dos algoritmos e da IA e a sua influência na opinião pública, na vida das pessoas e no consumo dos média, bem como nos média e na indústria audiovisual europeus);
46. Apoiar a indústria audiovisual mediante a criação de plataformas europeias de conteúdos e distribuição de qualidade, tendo em conta o impacto económico da pandemia de COVID-19 no setor audiovisual em geral;
47. Incentivar as plataformas e os média a cooperarem com vista à elaboração de ferramentas e processos que promovam a visibilidade e acessibilidade de fontes noticiosas de qualidade, juntamente com a visibilidade e acessibilidade de conteúdos audiovisuais europeus de qualidade.

Documentos políticos pertinentes

Conselho Europeu

- Conclusões do Conselho Europeu de 18 de outubro de 2018 (EUCO 13/18)
- Conclusões do Conselho Europeu de 13 e 14 de dezembro de 2018 (EUCO 17/18)
- Conclusões do Conselho Europeu de 21 e 22 de março de 2019 (EUCO 1/19)
- Conclusões do Conselho Europeu de 20 de junho de 2019 (EUCO 9/19)
- *Uma Nova Agenda Estratégica para 2019-2024* (adotada pelo Conselho Europeu em 20 de junho de 2019)

Conselho

- *Conclusões do Conselho sobre uma abordagem europeia da literacia mediática no ambiente digital* (JO C 140 de 6.6.2008, p. 8)
- *Conclusões do Conselho sobre a literacia mediática no ambiente digital* (JO C 301 de 11.12.2009, p. 12)
- *Conclusões do Conselho e dos Representantes dos Governos dos Estados-Membros, reunidos no Conselho, sobre a liberdade e o pluralismo dos meios de comunicação social no ambiente digital* (JO C 32 de 4.2.2014, p. 6)
- *Conclusões do Conselho sobre a política audiovisual europeia na era digital* (JO C 433 de 3.12.2014, p. 2)

- *Conclusões do Conselho sobre cruzamentos culturais e criativos para estimular a inovação, a sustentabilidade económica e a inclusão social* (JO C 172 de 27.5.2015, p. 13)
- *Conclusões do Conselho sobre o desenvolvimento da literacia mediática e do espírito crítico através da educação e da formação* (JO C 212 de 14.6.2016, p. 5)
- *Conclusões do Conselho sobre a promoção do acesso à cultura através de meios digitais com uma abordagem centrada no desenvolvimento de públicos* (JO C 425 de 12.12.2017, p. 4)
- *Recomendação do Conselho sobre as Competências Essenciais para a Aprendizagem ao Longo da Vida* (JO C 189 de 4.6.2018, p. 1)
- *Conclusões do Conselho sobre o reforço dos conteúdos europeus na economia digital* (JO C 457 de 19.12.2018, p. 2)
- *Conclusões do Conselho e dos Estados-Membros: "Garantir eleições europeias livres e justas"* (6573/1/19 REV 1, adotado pelo Conselho dos Assuntos Gerais em fevereiro de 2019)
- *Conclusões do Conselho sobre a democracia* (12836/19, adotado pelo Conselho dos Negócios Estrangeiros em outubro de 2019)
- *Esforços complementares para aumentar a resiliência e combater as ameaças híbridas – Conclusões do Conselho* (14972/19, adotado pelo Conselho dos Assuntos Gerais em dezembro de 2019)

Comissão

Comunicações

- Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *Estratégia europeia para uma Internet melhor para as crianças*, COM(2012) 196 final
- Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *Estratégia para o Mercado Único Digital na Europa*, COM(2015) 192 final
- Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *As plataformas em linha e o mercado único digital: Oportunidades e desafios para a Europa*, COM(2016) 288 final
- Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *Combater os conteúdos ilegais em linha. Rumo a uma responsabilidade reforçada das plataformas em linha*, COM(2017) 555 final
- Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia*, COM(2018) 236 final

- Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *Inteligência artificial para a Europa*, COM(2018) 237 final
- Relatório da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões *sobre a aplicação da Comunicação "Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia"*, COM(2018) 794 final

Comunicações conjuntas da Comissão e do alto representante da União para os Negócios Estrangeiros e a Política de Segurança

- Comunicação Conjunta ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *Plano de Ação contra a Desinformação*, JOIN(2018) 36 final
- Comunicação Conjunta ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões – *Relatório sobre a execução do plano de ação contra a desinformação*, JOIN(2019) 12 final
- Comunicação Conjunta ao Parlamento Europeu e ao Conselho – *Plano de Ação da UE para os Direitos Humanos e a Democracia 2020-2024*, JOIN(2020) 5 final

Outros estudos e relatórios

- *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28 [Levantamento das práticas e ações de literacia mediática na UE-28]* (Observatório Europeu do Audiovisual, 2016)
- *Towards European Media Sovereignty. An Industrial Media Strategy to Leverage Data, Algorithms and Artificial Intelligence [Rumo à soberania europeia nos meios de comunicação social. Uma estratégia industrial para os média para tirar partido dos dados, dos algoritmos e da inteligência artificial]* (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 [Relatório de atividades levadas a cabo para apoiar a Comissão Europeia no acompanhamento intermédio do Código sobre Desinformação]* (Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, 2019)
- *Implementation of the revised AVMS Directive [Aplicação da Diretiva SCSA revista]* (Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual, 2019)
- *Falling behind: How social media companies are failing to combat inauthentic behaviour online [Ficar para trás: As empresas de redes sociais falham no combate a comportamentos não autênticos em linha]* (Centro de Excelência de Comunicação Estratégica da OTAN, 2019)
- *Study on media literacy and online empowerment issues raised by algorithm-driven media services [Estudo sobre a literacia mediática e as questões de capacitação em linha suscitadas pelos serviços mediáticos baseados em algoritmos]* (SMART 2017/0081) (RAND Europe e Open Evidence, 2019)
- *Relatório ERGA sobre a desinformação: Avaliação da aplicação do Código de Conduta* (2020)