



LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

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 el Decenio Digital: un plan de acción para apoyar la recuperación y la transformación

1. INTRODUCCIÓN

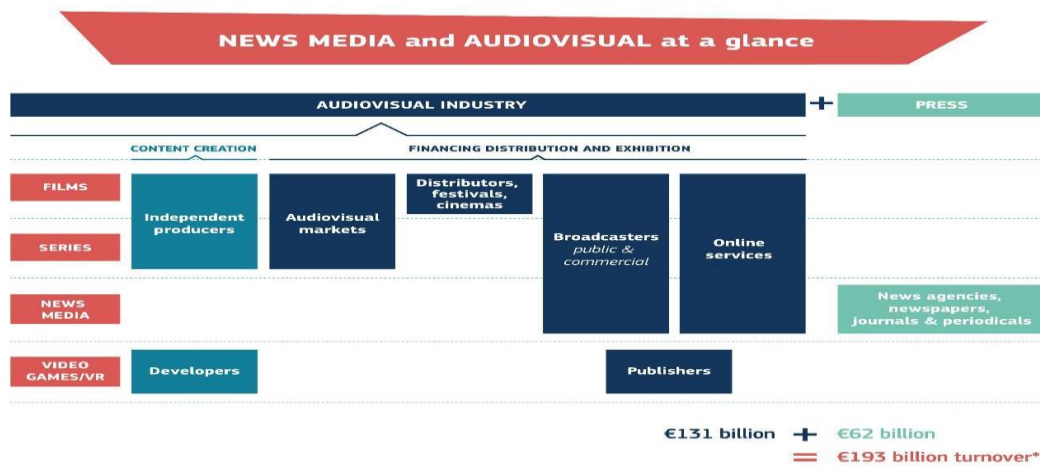
Los medios de comunicación y los sectores audiovisuales de Europa han sido fundamentales para mantener a los ciudadanos informados y entretenidos durante la pandemia de Covid-19. La demanda de información y noticias verificadas ha aumentado sustancialmente, mientras que las películas, series o videojuegos han sido la principal fuente de entretenimiento durante los meses de bloqueo.

Un entorno mediático libre, diverso y dinámico es clave para fortalecer las sociedades abiertas y democráticas y fomentar la diversidad cultural de Europa. Europa es una potencia artística y cultural. Aprovechar el potencial del mercado único europeo para fomentar la diversidad cultural beneficiará por completo a los medios de comunicación, al audiovisual y al sector cultural en general.

El sector europeo de los medios de comunicación

El sector de los medios de comunicación en su conjunto abarca una variedad de empresas que producen y distribuyen contenidos, que comparten sinergias y cuyo valor se basa en la propiedad intelectual. El sector está compuesto principalmente por PYMEs, aunque algunas empresas de medios más grandes tienen la escala suficiente para incorporar actividades de medios en todos los sectores y a lo largo de la cadena de valor. El sector global de los medios de comunicación contribuye a la creación de empleo y al crecimiento, con una facturación superior al 3% del PIB.

La presente Comunicación se centra en el sector de los medios de comunicación (incluidos los servicios de prensa, radio y audiovisuales impresos y en línea) y en el entretenimiento audiovisual, en particular el cine, la televisión, la radio y el streaming de vídeo, así como los videojuegos y formatos innovadores, como las experiencias de realidad virtual.



*turnover in EU27; KEA/Deloitte estimates based on Eurostat and other sources

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

El impacto del COVID-19

La cultura y el ecosistema creativo, del que forman parte integral los medios de comunicación y las industrias audiovisuales, se ha visto profundamente afectado por la pandemia. La publicación de noticias vió sus ingresos publicitarios caer entre el 30% y el 80% y la televisión en un 20%, durante los bloqueos generalizados en el segundo trimestre de 2020. Las PYME europeas de los medios de comunicación se enfrentan a graves problemas de liquidez, mientras que el desempleo ha aumentado, y muchos profesionales de los medios de comunicación y periodistas, en particular aquellos que están sujetos a condiciones de empleo precarias o son autónomos, se han encontrado sin ingresos.¹ Los cines sufrieron un desplome de los ingresos (con pérdidas estimadas en 100.000 euros por pantalla al mes durante el bloqueo), mientras que el rodaje de nuevas películas, programas y series de televisión se ha detenido en muchos casos y a menudo no puede contar con pólizas de seguro adecuadas para cubrir eventos como una pandemia global.

Paralelamente, la crisis ha acelerado las grandes tendencias, en movimiento desde hace mucho tiempo, en tecnología digital. Las plataformas on-line han fortalecido su posición en el mercado, han lanzado nuevos servicios y atraído a nuevas audiencias durante los bloqueos. Las nuevas plataformas de redes sociales on-line, en gran parte basadas en contenidos audiovisuales, también han alcanzado récords en descargas, en particular entre los usuarios jóvenes.

La ambición de esta Comunicación es acelerar la recuperación, transformación y resiliencia de la industria de los medios de comunicación. Es necesario abordar los desafíos estructurales a los que se enfrentan la industria audiovisual y de los medios de comunicación. Con el inicio de COVID-19, los anunciantes han reducido su gasto publicitario global en un contexto de incertidumbres económicas, desafiando aún más la sostenibilidad del sector y afectando potencialmente al acceso de los ciudadanos a fuentes de información plurales e independientes.

En el sector audiovisual, el mayor desafío es la fragmentación del mercado. En general, las empresas audiovisuales europeas se centran en el público nacional, con algunas excepciones. Dentro de la UE, las películas europeas se exportan de media a tres países, mientras que las películas estadounidenses se exportan a 10 países. Las películas estadounidenses también representan el 66 % de la taquilla de la UE. Como resultado, incluso los mayores medios de comunicación europeos son notablemente más pequeños que los de sus principales competidores globales. Los grupos europeos representan el 11% de los ingresos de los 50 principales grupos audiovisuales del mundo, frente a más del 70% de los grupos estadounidenses.

El papel de las plataformas en el mercado audiovisual europeo

Una serie de potentes plataformas internacionales de vídeo a la carta han entrado en el mercado europeo y están produciendo con éxito contenido en Europa. Esto ha representado tanto una oportunidad como un desafío para los productores y obras audiovisuales independientes europeos.

Por un lado, las plataformas pueden conceder a los productores europeos y a los artistas acceso a un público internacional más amplio, junto con remuneraciones atractivas. Estos son, en algunos casos, complementados por incentivos basados en la explotación de la película/serie y/o bonificaciones vinculadas al éxito de su trabajo.



LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

Por otra parte, la aplicación por plataformas de lo que podría definirse un modelo de "trabajo por contratación" (es decir, la adquisición de todos los derechos de propiedad intelectual del productor y/o de creadores individuales desde el principio, en todo el mundo y a perpetuidad) puede "bloquear" a los productores/talentos con la plataforma en cuestión.

Las empresas audiovisuales deben estar en condiciones de considerar al continente europeo, y no sólo a sus respectivos mercados nacionales, como su mercado nativo. Para que esto suceda, es necesario que los actores europeos alcancen una escala suficiente para ir más allá de las fronteras nacionales e invertir en contenido, talentos, promoción, distribución, innovación y tecnología en cualquier lugar de la UE. En el sector de los medios de comunicación, las empresas deben ser capaces de encontrar suficientes modelos de financiación viables y sostenibles para garantizar el acceso de los ciudadanos a un entorno de medios de comunicación pluralista, diverso e independiente, incluso a nivel regional y local.

La transformación digital será la llave que abra este verdadero potencial. Esto es cierto para la economía en su conjunto, y los medios de comunicación no son una excepción. Europa cuenta con todos los activos necesarios para prosperar en la Decada Digital con su mercado único y 450 millones de consumidores, su reserva de talento, la creatividad de sus productores, autores e intérpretes intérpretes y la calidad del contenido europeo.

El sentido de urgencia

La combinación de las tendencias subyacentes con la crisis COVID-19 podría, sin una respuesta política sólida, socavar la resiliencia del sector de los medios de comunicación de Europa y su papel democrático. Esto podría debilitar la diversidad cultural de Europa y el pluralismo de los medios de comunicación.

Los ciudadanos europeos deben seguir beneficiándose de la riqueza de la información y el entretenimiento proporcionados por el sector de los medios de comunicación, y deben seguir contando con un debate democrático abierto, junto con los medios de comunicación y la libertad artística. Al mismo tiempo, deben estar facultados para elegir libremente entre esta variedad de opciones y ser capaces de navegar por el entorno de noticias modernas y tomar decisiones informadas.

Los derechos de propiedad intelectual (P.I.) son esenciales para el sector de los medios de comunicación. La observancia efectiva de los derechos de P.I., y del *Copyright* en particular, es un elemento clave para apoyar a la industria, especialmente en los tiempos difíciles actuales.

La UE ha modernizado recientemente su marco reglamentario con la Directiva revisada sobre los servicios de comunicación audiovisual (AVMSD) y la reforma del *Copyright* tras amplios debates sobre la mejor manera de garantizar la libertad de expresión en todas sus facetas. La presente Comunicación se basa en este moderno conjunto de normas y propone nuevas medidas, combinando la inversión con otras acciones políticas, para ayudar al sector de los medios de comunicación a afrontar la crisis y a ser más competitivo a partir de entonces.

En consecuencia, la presente Comunicación se basa en tres temas:

- a) Recuperar: lo que la Comisión tiene previsto hacer para ayudar a las empresas audiovisuales y de medios de comunicación a capear la tormenta actual y proporcionar liquidez y apoyo financiero;

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

b) Transformar: abordar las cuestiones estructurales ayudando a la industria a afrontar las transiciones gemelas del cambio climático y la digitalización, en el contexto de una feroz competencia mundial;

c) Permitir y potenciar: establecer las condiciones que permitan una mayor innovación en el sector, garantizando al mismo tiempo unas condiciones niveladas, y empoderando a los ciudadanos para acceder a los contenidos con mayor facilidad y tomar decisiones informadas.

La recuperación económica y la competitividad del sector de los medios de comunicación es una condición previa para un entorno mediático sano, independiente y pluralista, que a su vez es fundamental para nuestra democracia. La presente Comunicación complementa el Plan de Acción Europeo para la Democracia. Esto aborda los riesgos para los sistemas democráticos europeos en el ámbito de la desinformación, la integridad de las elecciones y la libertad de los medios de comunicación y el pluralismo. Incluye una serie de iniciativas para crear un entorno más seguro y mejor para que los periodistas hagan su trabajo, así como para promover la alfabetización mediática.

La presente Comunicación también está plenamente alineada con las próximas propuestas de la Comisión sobre la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales, cuyo objetivo será modernizar el marco jurídico aplicable a los servicios digitales en la UE. Juntos establecerán reglas y responsabilidades claras para las plataformas on-line, y especialmente las más poderosas, para garantizar una igualdad de condiciones on-line.

Un entorno de medios de comunicación sólido es también crucial para tener unos países democráticos y estables en la ampliación y vecindad de la UE. Cuando sea factible y apropiado, las iniciativas descritas en esta Comunicación, -incluidas las dirigidas a los medios de comunicación y la alfabetización mediática-, estarán abiertas a los medios profesionales independientes en los países cubiertos por las políticas de ampliación y vecindad de la UE. Estos complementarán y reforzarán las acciones señaladas en el Plan de Acción de la UE sobre Derechos Humanos y Democracia 2020-2024. Cuando proceda, las acciones también contribuirán a la promoción de contenidos de medios europeos en terceros países.

Las acciones enumeradas en la presente Comunicación tendrán en cuenta la necesidad de un sector europeo de los medios de comunicación inclusivo, que refleje la diversidad de Europa. Se aplicarán fomentando la igualdad de acceso a oportunidades y recursos para las personas que de otro modo podrían quedar excluidas o marginadas, por ejemplo, incluido el acceso a los contenidos por parte de las personas con discapacidad.

Las normas vigentes sobre ayudas estatales aclaran las condiciones en las que los Estados miembros pueden conceder ayudas públicas. Con el fin de facilitar el apoyo de las autoridades nacionales, el Consejo ha invitado a la Comisión a evaluar la aplicación de las normas sobre ayudas estatales al sector de la prensa. El Marco de Ayudas Temporales por Estado también se aplica a las medidas sectoriales específicas, como las ayudas a la prensa, la música y los sectores audiovisuales.

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

2. RECUPERACIÓN

Las empresas de medios representan activos críticos para la competitividad de Europa. Por lo tanto, es fundamental proporcionar el apoyo financiero y la liquidez adecuados, permitiéndoles capear la actual tormenta económica. En este contexto, el programa Europa Creativa, y en particular su línea MEDIA, desempeñará un papel crucial. Este programa ha sido el principal instrumento de apoyo de la UE a los sectores culturales y creativos, incluido el audiovisual, durante los últimos 30 años.

Sobre la base del acuerdo político sobre el próximo presupuesto a largo plazo y el Next Generation Europe, alcanzado el 10 de noviembre de 2020, el presupuesto 2021-2027 del programa Europa Creativa aumentaría en torno al 58%, con una dotación global de 2.200 millones de euros a precios de 2018 (frente a los 1.400 millones de 2014-2020 en precios de 2018, a nivel de los UE27). Además, sobre la base de la propuesta de la Comisión y a la espera de la finalización de las negociaciones, el programa incluirá por primera vez acciones centradas en la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, el periodismo y la alfabetización de los medios de comunicación.

La Comisión ya ha iniciado una serie de acciones a lo largo de 2020. Se han introducido medidas de flexibilidad para el Instrumento de Garantía de los Sectores Culturales y Creativos en particular un aumento de la cobertura de garantía de hasta el 90 % para las PYME individuales y un límite máximo de garantía de hasta el 25 % para los intermediarios financieros, junto con las carencias en el crédito. El apoyo a la red de cines europeos se incrementará en 5 millones de euros en el primer trimestre de 2021.

Los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos tienen el potencial de desempeñar un papel importante en el apoyo al sector de los medios de comunicación. Esto también es elegible para el apoyo de los dos paquetes de la "Iniciativa de inversión en respuesta al coronavirus", que redirige los fondos de cohesión existentes a medidas de respuesta a la crisis, como proporcionar capital circulante a las PYMEs.

También se dispone de financiación adicional de la cohesión a través de REACT-EU, donde se reconoce prioritariamente al sector cultural. El apoyo se centrará en los planes de trabajo a corto plazo y en los trabajadores por cuenta propia, así como en el apoyo a las PYME.

El apoyo temporal para mitigar los riesgos de desempleo en caso de emergencia (SURE) es también un importante instrumento disponible para los Estados miembros que necesitan movilizar medios financieros significativos para luchar contra las consecuencias económicas y sociales negativas del brote de coronavirus en su territorio.

El Mecanismo de Recuperación y Resiliencia es una de las principales oportunidades para que los Estados miembros inviertan en las transiciones digitales y ecológicas gemelas y fortalezcan la resiliencia de nuestra industria. Cada Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia destinará un nivel mínimo del 20% del gasto para lo digital. Las medidas para impulsar la producción y distribución de contenidos digitales, como los medios digitales, contarán para este objetivo.

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

En el marco de los planes de recuperación y resiliencia y de conformidad con las normas sobre ayudas estatales, las reformas e inversiones nacionales también pueden contribuir a fortalecer los medios de comunicación europeos y las capacidades digitales audiovisuales, incluso a través de proyectos multinacionales, como coproducciones de contenido europeo, infraestructura espacial de datos de medios de la UE o inversión de capital para fomentar la producción o distribución audiovisual europea (véase la Acción 2 más abajo).

En este contexto, como se indica en la Estrategia Anual de Crecimiento Sostenible 2021 de la Comisión, los Estados miembros deben prestar atención a los sectores que desempeñan un papel clave para nuestras democracias, "especialmente el sector de los medios de comunicación, donde se debe prestar apoyo de manera que respete y promueva la libertad de los medios de comunicación y el pluralismo", iniciando también el intercambio entre las mejores prácticas de los Estados miembros de los mecanismos de apoyo público.

ACCIÓN 1: Acceso más fácil al apoyo de la UE

- Una nueva herramienta interactiva que guía a las empresas de medios de comunicación a través de los diversos instrumentos de apoyo

Para: todas las empresas de medios de comunicación de la UE, independientemente de su campo de actividad (audiovisual, medios de comunicación, etc.) y tamaño.

La Comisión trabajará para garantizar que las empresas de medios de comunicación puedan acceder a las oportunidades de apoyo de la UE de todos los instrumentos y programas disponibles. Por lo tanto, desarrollará, en estrecha coordinación con la puerta de entrada única de la UE a las oportunidades de financiación de la UE, una nueva herramienta interactiva, a medida para el sector de los medios de comunicación. Esto ofrecerá orientaciones sobre cómo solicitar el apoyo pertinente de la UE, en el contexto del marco financiero plurianual 2021-2027, pero también a través de planes nacionales de recuperación y resiliencia.

La herramienta agrupará todas las oportunidades de financiación pertinentes de la UE para los medios audiovisuales y las de los medios de comunicación. En unos pocos clics, cualquier empresa europea de medios, independientemente del tamaño y el enfoque, se dirigirá, dependiendo de las características y necesidades de la empresa, a la fuente más adecuada de apoyo de la UE. Las empresas también podrán acceder a información sobre las distintas convocatorias y sobre las oportunidades de asistencia en el proceso de solicitud.

Esto se basará en las herramientas existentes y en la experiencia de la Enterprise Europe Network, que proporciona apoyo y orientación a las empresas, incluso en los sectores de los medios de comunicación y audiovisuales.

ACCIÓN 2 - MEDIA INVEST destinada a impulsar la inversión en la industria audiovisual

Una plataforma de inversión en acciones dedicada a fomentar las producciones audiovisuales y las estrategias de distribución europeas.

Desarrollar un canal de inversión a través del desarrollo de capacidades para los inversores y la preparación para la inversión de las empresas.



LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

Para: Empresas de producción y distribución audiovisual de la UE

ACCIÓN 2 - MEDIA INVEST destinada a impulsar la inversión en la industria audiovisual

- Una plataforma de inversión en acciones dedicada a fomentar las producciones audiovisuales y las estrategias de distribución europeas.
- Desarrollar un canal de inversión a través del desarrollo de capacidades para los inversores y la preparación para la inversión de las empresas.

Para: Empresas de producción y distribución audiovisual de la UE

La industria audiovisual europea se caracteriza por un gran número de empresas de producción y distribución independientes altamente innovadoras y creativas con un alto potencial de crecimiento. Sin embargo, a menudo carecen de la fortaleza financiera para competir a nivel europeo y mundial. Al mismo tiempo, los inversores europeos siguen desconociendo en gran medida el potencial de esas empresas. A menudo asocian inversiones en este tipo de empresas con altos riesgos debido a la falta de trayectoria de producciones exitosas y a que los activos son principalmente intangibles en su carácter.

Se ha realizado una contribución significativa al aumento del acceso a los préstamos a través del Mecanismo de Garantía de los Sectores Culturales y Creativos. Este tipo de apoyo continuará a través de InvestEU.

Sin embargo, también hay una brecha en la financiación de capital para el sector audiovisual, así como para otros sectores creativos, estimada en 399-648 millones de euros anuales. Es por ello que se necesita una nueva iniciativa de apoyo a la financiación del capital para impulsar una capacidad de producción audiovisual independiente en Europa, capaz de crear obras de calidad para el mercado internacional procedente de todas las partes de Europa. Las empresas europeas deben tener acceso a los medios financieros para ser más autónomas y explotar la propiedad intelectual de los contenidos que producen.

La Comisión apoyará la puesta en marcha de una plataforma de inversión específica, iniciada por fondos procedentes, entre otras cosas, de Creative Europe MEDIA e InvestEU. Su objetivo será movilizar a los inversores privados y estará abierto a la colaboración con las instituciones nacionales de promoción y las asociaciones industriales. Apoyará las empresas audiovisuales que podrían producir obras de alta gama para los mercados europeos e internacionales, coordinando la explotación y distribución de derechos en todos los territorios.

La plataforma de inversión ayudará a las empresas audiovisuales a escalar al nivel internacional, para que puedan asumir mayores riesgos, desarrollar colaboraciones estructuradas con distribuidores u otros medios de comunicación, y gestionar y explotar sus catálogos. A su vez, al fortalecer los fondos propios de las empresas, estos últimos pueden invertir en producciones más grandes que tendrán mayores posibilidades de llegar a un público más amplio y a la taquilla.

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

El objetivo es apalancar inversiones de 400 millones de euros en un período de 7 años, contribuyendo así de manera significativa a abordar la brecha en la financiación de capital. También podría combinarse, en determinadas condiciones, con los planes de recuperación y resiliencia de los Estados miembros financiados a través de Next Generation Europe.

La plataforma de inversión se complementará con actividades de creación de capacidad para los inversores destinadas a aumentar su conocimiento de los mercados mundiales de producción y distribución y sus riesgos asociados, y proporcionarles inteligencia de mercado. En 2021 se celebrará una Conferencia de Inversores para reunir y movilizar a la comunidad de inversionistas.

Además, sobre la base de la experiencia del Instrumento de Garantía del Sector Cultural y Creativo, se ofrecerán acciones de preparación a la inversión a las empresas audiovisuales interesadas en este tipo de inversiones. Estos recibirán orientaciones a medida adaptadas a su estrategia de negocio para atraer inversores e identificar los proyectos más prometedores.

ACCIÓN 3 - 'NEWS': una iniciativa para agrupar acciones y apoyo al sector de los medios de comunicación

- Mejor acceso a la financiación, a través de préstamos y una iniciativa piloto de capital
- Fortalecimiento de la capacidad entre inversores y medios de comunicación
- Apoyo a los medios de comunicación para trabajar en la transformación colaborativa
- Un Foro Europeo de Medios de Comunicación

Para: Empresas europeas de medios de comunicación, periodistas y organizaciones relacionadas

Los medios de comunicación son un sector económico y un bien público. Requiere tiempo, estabilidad y recursos para que los medios de comunicación produzcan contenido independiente y confiable. Esto incluye la necesidad de una mayor capacidad para que los medios de comunicación analicen y reflejen información científica sobre las principales cuestiones sociales, como la salud y el cambio climático. Sin embargo, en los últimos años, el sector de los medios de comunicación se ha enfrentado a cambios continuos debido a la evolución de los modelos de ingresos y el cambio digital. Frente a las dificultades de monetización, en algunos casos, los medios de comunicación, en particular a nivel local y regional, han tenido que cerrar, lo que podría exponer los pequeños mercados a los "desiertos de noticias". También ha habido una disminución en los medios de comunicación que envían corresponsales de personal al extranjero, lo que puede tener un efecto perjudicial en el análisis en profundidad y la presentación de informes profesionales. La crisis COVID-19 podría acelerar estas tendencias, al tiempo que los ciudadanos europeos confían más que nunca en los medios de comunicación, como lo reflejan el aumento de los lectores y las cifras de audiencia.

La Comisión pondrá en marcha una iniciativa «NEWS» para agrupar acciones y apoyo al sector de los medios de comunicación. Esta iniciativa examinará de manera integral los desafíos a los que se enfrenta la industria de los medios de comunicación y proporcionará una respuesta coherente, reuniendo diferentes instrumentos de financiación bajo una pancarta común. Esto aumentará la coherencia, visibilidad e impacto de las acciones apoyadas en diferentes flujos de financiación, respetando plenamente la independencia de los medios de comunicación.

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

La Comisión facilitará un mejor acceso a la financiación estimulando los préstamos y la financiación de capital:

- Para los medios de comunicación en busca de liquidez, se facilitará el acceso a los préstamos gracias al respaldo de la garantía InvestEU, basándose en la experiencia con el Fondo de Garantía de los Sectores Culturales y Creativos y el Fondo Europeo de Inversiones Estratégicas.
- En el caso de los medios de comunicación que requieran inversiones, la Comisión tratará de establecer un proyecto piloto basado en el capital a través de InvestEU que pueda apoyar, entre otras cosas, el sector de los medios de comunicación de maneras innovadoras, co-invirtiéndose conjuntamente con fondos procedentes de fundaciones filantrópicas, y otros socios privados.

Estas acciones se complementarán con servicios de desarrollo de capacidades que tienen como objetivo aumentar el conocimiento del mercado europeo de los medios de comunicación entre los inversores y los medios de comunicación, y apoyar la preparación para la inversión entre los medios de comunicación europeos, en particular los medios locales. Esto creará diálogo y compromiso con los posibles inversores y facilitará la inversión.

Además, se prestará apoyo específico en forma de subvenciones en el marco de la línea intersectorial de Europa Creativa para asociaciones colaborativas de medios de comunicación. Las subvenciones apoyarán la prueba de nuevos modelos de negocio, en particular los medios de comunicación locales, ayudando a los medios de comunicación a desarrollar sus estándares empresariales y editoriales, promoviendo el periodismo colaborativo y transfronterizo, la formación y la movilidad de los profesionales, y el intercambio de mejores prácticas. Se facilitará la creación de redes entre los proyectos seleccionados para maximizar el impacto.

La Comisión participará en intercambios periódicos con la industria para trabajar hacia un programa de innovación en los medios de comunicación que pueda ayudar al sector a prosperar en la economía y la sociedad digitales. Con este fin, la Comisión creará un Foro Europeo de Medios de Comunicación para colaborar con las partes interesadas, incluidas las autoridades reguladoras de los medios de comunicación, los representantes de los periodistas, los organismos de autorregulación (consejos de medios de comunicación/prensa), la sociedad civil y las organizaciones internacionales.

3. TRANSFORMACIÓN

El objetivo de esta sección es fomentar la resiliencia y la competitividad a largo plazo de la industria europea de los medios de comunicación, acompañando en particular las transiciones digitales y verdes gemelas. Esto también es importante para apoyar el papel crucial del sector en la satisfacción de las necesidades sociales y el fomento de los valores europeos.

En cuanto a muchos sectores industriales, la tecnología de datos está en el centro de la transformación del sector de los medios de comunicación. En particular, los datos de audiencia en los ámbitos en los que los competidores globales de Europa están bien posicionados, como el desarrollo y la promoción de contenidos personalizados, permiten nuevos modelos de negocio basados en una relación más directa con los clientes. Un ejemplo clave es la publicidad, donde Internet superó a la televisión como el canal principal en 2015 y ha consolidado constantemente

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

su liderazgo desde entonces. En 2018, la publicidad en Internet totalizó más de 50.000 millones de euros, mientras que la publicidad televisiva alcanzó menos de 40.000 millones de euros.

Al mismo tiempo, la disponibilidad de datos de los consumidores sigue aumentando en sincronía con el uso de teléfonos inteligentes. La proporción de lectores que acceden a noticias desde teléfonos inteligentes ha aumentado del 39% en 2014 al 48% en 2020. Esto ofrece nuevas oportunidades para crear, promocionar y distribuir contenido en formatos adaptados a las necesidades de los lectores.

En este contexto, el respeto de la protección de datos es esencial para reforzar los derechos fundamentales de las personas en la era digital y facilitar a las empresas mediante la clarificación de las normas para las empresas y los organismos públicos en el mercado único digital.

El área emergente de contenidos inmersivos es también un sector cuyo potencial es en gran medida inexplorado, y donde podrían construirse sinergias entre el sector de los medios de comunicación y otras industrias europeas clave.

El sector europeo de los medios de comunicación no debe quedarse rezagado en la transición verde. Por lo tanto, en línea con los objetivos del Pacto Verde Europeo -alcanzar la neutralidad climática para 2050, desvincular el crecimiento económico del uso de recursos, restaurar la biodiversidad y reducir la contaminación- se establecerán acciones para reducir el impacto ambiental del sector.

ACCIÓN 4. Liberar la innovación a través de un espacio europeo de datos multimedia y fomentar nuevos modelos de negocio

- Crear un espacio de datos multimedia para apoyar a las empresas de medios en el intercambio de datos y el desarrollo de soluciones innovadoras
- European Media Outlook: un informe para analizar las tendencias de los medios de comunicación

Para: editores europeos, organismos de radiodifusión, radios, empresas de publicidad, PYMEs de medios, proveedores de tecnología, empresas de contenido y tecnología, creadores de contenidos, productores, distribuidores.

Con el fin de ser más innovadoras y competitivas, las empresas de medios de comunicación europeas deben estar facultadas para tomar mejores decisiones e implementar soluciones más avanzadas basadas en información obtenida a partir de los datos. La Comisión propone lograrlo fomentando la creación de un "espacio europeo de datos de los medios de comunicación". Esta iniciativa se basa en la Estrategia Europea de Datos y se llevará a cabo respetando plenamente la legislación de protección de datos.

Los espacios de datos pueden cambiar la forma en que colaboran los creadores, productores y distribuidores. Alojan datos multimedia relevantes, como contenido, datos de audiencia y metadatos de contenido, así como otros tipos de datos sobre los comportamientos de los usuarios que podrían ser útiles para crear contenido mejor adaptado a las necesidades de los consumidores y distribuirlo de forma más eficiente.

La iniciativa de espacio de datos de los medios de comunicación, financiada a través de los Programas Horizonte Europa y Europa Digital (DEP), apoyará a los editores de prensa, los

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

organismos de radiodifusión, otras empresas de medios de comunicación y los proveedores de tecnología en la creación de un espacio de datos dedicado a las aplicaciones multimedia. DEP ayudará a la implementación de la infraestructura de datos y definirá una estrategia de interoperabilidad de datos. En consonancia con la Estrategia Europea de Datos y la nueva iniciativa horizontal de gobernanza de datos, la DEP también integrará las herramientas y servicios de vanguardia necesarios para la gestión y el tratamiento de los datos, definirá las condiciones para compartir y utilizar los datos, incluida la P.I., la privacidad de la protección de datos y las normas de competencia. La iniciativa se establecerá teniendo en cuenta las aportaciones de la amplia comunidad de partes interesadas.

La infraestructura de datos debe estar disponible tanto para los medios de servicio público como para los operadores de medios comerciales, ya sean grandes o pequeños, empresas emergentes o actores ya establecidos. Por ejemplo, varios editores de noticias de la UE podrían agrupar, de manera favorable y con respecto a las normas de protección de datos, su contenido y los datos de los clientes para producir noticias dirigidas a sus propias audiencias nacionales, con el contenido pertinente traducido automáticamente a sus propios idiomas. El espacio de datos también podría proporcionar información valiosa a los servicios destinados a aumentar la capacidad de búsqueda de contenido multimedia (contenido de noticias y entretenimiento) a través de las fronteras, así como facilitar el acceso a los recursos informáticos para las PYME creativas. Además, podría permitir la explotación de sinergias con conjuntos de datos producidos por otras industrias creativas (por ejemplo, espacios de datos para el patrimonio cultural) y sectores industriales (por ejemplo, retail, automoción).

Además, Horizon Europe apoyará aplicaciones y tecnologías innovadoras en el ámbito de los medios de comunicación. Las inversiones en componentes de medios de infraestructura modulares y de código abierto podrían facilitar la aparición de nuevos modelos de negocio y su adopción por los medios tradicionales y nuevos, mejorando así el acceso de los ciudadanos a la información de origen amplio.

Con el fin de mejorar su base de conocimientos e informar sobre futuras iniciativas políticas, la Comisión Europea adquirirá un informe, la "Perspectiva de la industria de los medios de comunicación" cada dos años. Esto explorará las tendencias de los medios de comunicación, desde los avances tecnológicos hasta los patrones emergentes de producción y consumo, y analizará su impacto potencial en el mercado europeo de los medios de comunicación y los modelos de negocio.

ACCIÓN 5 – Fomentar una coalición industrial europea de realidad virtual y aumentada (VR/AR)

- Coalición de la industria VR/AR para estimular la cooperación entre los sectores industriales y garantizar el liderazgo europeo
- Lanzar un VR Media Lab en proyectos para nuevas formas de contar historias e interactuar

Para: Empresas y profesionales de Realidad Virtual y Aumentada Europeas y profesionales e industrias que utilizan aplicaciones VR/AR

Las tecnologías inmersivas y el contenido de alta calidad permiten crear nuevas aplicaciones y casos de uso, así como nuevas formas de interactuar con las audiencias. Las tecnologías inmersivas crean experiencias más atractivas e inmersivas en diferentes ámbitos como los medios

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

de comunicación, el entretenimiento, la cultura, la atención sanitaria, el diseño, la arquitectura, la fabricación, la educación, el turismo, la moda, la formación o las compras al por menor.

Para 2030, la Realidad Virtual (VR) y la Realidad Aumentada (AR) tienen el potencial de sumar unos 1,3 billones de euros a la economía mundial, frente a los 39.000 millones de euros de 2019. Mientras que la mayoría de los grandes actores están actualmente en Asia y Estados Unidos, Europa también tiene un gran potencial para convertirse en líder del mercado en esta tecnología. Los fondos de investigación de la UE han apoyado más de 450 proyectos dedicados a la realidad virtual y la realidad aumentada, por un total de más de 1.000 millones de euros desde la década de 1990.

Europa tiene una clara ventaja competitiva cuando se trata de contenido gracias a su gran diversidad cultural: los principales actores culturales como el ARTE, el Festival de Cine de Venecia y el Centre National du Cinema están explorando y apoyando activamente el potencial de la realidad virtual. Europa también cuenta con trabajadores altamente cualificados capaces de modelar en 3D y crear contenido generado por ordenador (CG) para la industria del juego y la animación de realidad virtual.

Basándose en la creatividad de Europa y en una sólida base de investigación, el contenido de realidad virtual/AR, la solución técnica y las aplicaciones tienen el potencial de desencadenar innovaciones en otros sectores industriales, como las industrias manufactureras, mejorando el desarrollo de productos y los procesos. Además, desempeñan un papel importante en la transformación del sector turístico y en la ayuda a industrias creativas como la moda o la arquitectura, a desarrollar nuevos modelos de negocio, a hacer la producción más eficiente reduciendo los residuos y mejorando la experiencia de los clientes.

Sin embargo, el sector europeo de la realidad virtual/AR sufre una fragmentación entre sectores, actores y aplicaciones. Por lo tanto, la Comisión propone poner en marcha una Coalición VR/AR para estimular la cooperación y la fertilización cruzada entre los sectores y garantizar el liderazgo europeo en este mercado crucial y en crecimiento. La Coalición VR/AR proporcionaría una plataforma para las sinergias, fomentando acciones y compromisos conjuntos.

La Coalición se basará en un enfoque amplio e intersectorial en el que participen las industrias, los proveedores de tecnología y los creativos. La Coalición reflejaría esta diversidad de habilidades y estaría compuesta por destacados actores de los diversos sectores, que van desde la producción y distribución de contenidos hasta la disponibilidad de tecnología, así como la innovación y el desarrollo empresarial. Incluiría miembros que representen a asociaciones nacionales o regionales de realidad virtual/AR, varios representantes de la industria que podrían beneficiarse del uso más amplio de las tecnologías VR/AR para la creación y el uso de contenido.

La Coalición presentaría, para finales de 2021, un documento estratégico que establezca a) el grado en que se implementan la RV / RA en el sector de los medios de comunicación; b) objetivos para el despliegue óptimo de VR / AR en el sector de los medios que se alcanzarán en 2026; c) compromisos concretos sobre cómo contribuirá la industria a alcanzar estos objetivos.

También se lanzará un VR Media Lab para apoyar la cooperación creativa en proyectos para nuevas formas de narración e interacción, a través de la realidad virtual y aumentada. Permitirá el trabajo conjunto y el aprendizaje mutuo entre personas que representan a una serie de grupos

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

profesionales (periodistas, cineastas, diseñadores de juegos, programadores, investigadores). Los proyectos financiados se centrarán en contenidos para entretenimiento, cultura y noticias, así como aplicaciones de realidad virtual en otras industrias, como el turismo, y campos como la educación.

ACCIÓN 6 - Hacia un sector audiovisual neutral en el clima

- Un intercambio estructurado de buenas prácticas con la industria y los fondos cinematográficos y audiovisuales (sub)nacionales

Para: Empresas audiovisuales y profesionales europeos

El impacto ambiental del sector de los medios de comunicación es significativo. A diferencia de muchas otras industrias en Europa, las emisiones de CO₂ de esta industria en Europa están en un aumento continuo también debido al constante aumento del consumo de medios, especialmente a través de plataformas de streaming.

En el sector audiovisual, las estimaciones oscilan entre 35 MtCO₂e (toneladas métricas equivalentes de dióxido de carbono) para un episodio de series de televisión y 1000 MtCO₂e para un largometraje. Un largometraje europeo, productores medios de 192 toneladas de CO₂. Las grandes producciones internacionales (co) podrían tener un impacto mucho mayor de hasta varios miles de toneladas de CO₂.

En consonancia con el objetivo de la UE de neutralidad climática para 2050, la Comisión colaborará estrechamente con la industria y los fondos cinematográficos y audiovisuales (sub)nacionales con el objetivo de compartir las mejores prácticas existentes y acordar herramientas comunes y normas verdes. También se invitará a las plataformas de streaming en línea, cuya proporción de huella de carbono está creciendo dado el aumento del consumo, también se invitará a presentar sus ideas e iniciativas.

La Comisión trabajará en una guía de buenas prácticas para la producción ecológica y la prestación de servicios. El enfoque será gradual, con el objetivo de sensibilizar e instar a la industria a empezar a implementar soluciones más sostenibles. Complementará las acciones de la Comisión en la Estrategia Digital sobre la creación de infraestructuras como los centros de datos y las redes de telecomunicaciones en el clima, energéticamente eficientes y sostenibles.

4. HABILITAR Y POTENCIAR

Los europeos deben ser los protagonistas de la Década Digital. La legislación europea reciente, como la AVMSD revisada y la reforma del derecho de autor, contribuye a garantizar una mayor responsabilidad de todos los agentes de los medios de comunicación, incluidas las plataformas on-line, para la protección de los grupos vulnerables de usuarios de los medios de comunicación, en particular los menores. También refuerza los derechos de los creadores europeos.

Basándose en este sólido entorno regulatorio, esta sección establece iniciativas para permitir que las empresas de medios de comunicación y los talentos europeos prosperen en los mercados europeos y globales. Estas iniciativas tienen en cuenta la necesidad de que los ciudadanos puedan encontrar y elegir contenidos de calidad diversos en línea y poder navegar sin problemas y con eficacia dentro del entorno de los medios de comunicación moderno.



LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

Si bien se prestará especial atención a la juventud europea, los europeos de todos los orígenes y generaciones, incluidos los ancianos, estarán facultados para ser usuarios activos y críticos de los contenidos de los medios de comunicación.

ACCIÓN 7 – Hacia una disponibilidad más amplia de contenidos audiovisuales en toda la UE

- Iniciar un diálogo con la industria audiovisual con el fin de acordar medidas concretas para mejorar el acceso y la disponibilidad de contenidos audiovisuales a través de las fronteras en la UE

Para: la industria audiovisual (productores, organismos de radiodifusión, servicios de vídeo a la carta, distribuidores, etc.), organizaciones de consumidores y otras partes interesadas, como los fondos cinematográficos nacionales

Con la crisis COVID-19, el uso on-line de los servicios audiovisuales en el país ha aumentado exponencialmente junto con la disposición de los hogares a invertir en tecnologías de entretenimiento en el hogar. La crisis crea una oportunidad para que la industria llegue a un público más amplio vía on line. El reciente Reglamento sobre portabilidad de contenidos permite a los ciudadanos europeos viajar con el contenido que han comprado o suscrito en toda la UE y ya ha proporcionado beneficios prácticos.

En lo que respecta a la disponibilidad de contenidos audiovisuales on-line, existe un potencial significativo de aumento: el Informe sobre la revisión del Reglamento sobre el bloqueo geográfico muestra diferencias importantes entre los catálogos audiovisuales de los Estados miembros. En promedio, sólo el 14 % de las películas están disponibles en los servicios de vídeo a la carta de todos los Estados miembros.

Una reciente encuesta del Eurobarómetro indica que más de un tercio de los usuarios de Internet están interesados en acceder a contenidos audiovisuales más allá de las fronteras. Estos resultados se confirman con los últimos datos del Observatorio Audiovisual Europeo, según los cuales las películas de la UE están disponibles de media en no más de tres países de la UE-27 sobre plataformas de vídeo a la carta. Esto representa un tesoro de potencial y diversidad sin explotar que deben disfrutar los europeos.

La industria audiovisual debería poder beneficiarse de Europa como mercado nativo y aprovechar las nuevas tendencias de consumo poniendo más obras disponibles en línea en los diferentes Estados miembros.

Con el fin de acompañar a la industria audiovisual en esta transformación, la Comisión tiene la intención de enzarzar un diálogo con el sector. Este diálogo contribuirá a acordar medidas concretas para mejorar el acceso y la disponibilidad de contenidos audiovisuales a través de las fronteras, como seguimiento de la revisión del Reglamento sobre el geobloqueo. Esto permitiría a la industria escalar y llegar a nuevos públicos, y beneficiar a los ciudadanos europeos dándoles una opción más amplia.

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

El diálogo reunirá a representantes de la industria audiovisual (productores de radiodifusión, servicios de vídeo a la carta, distribuidores, etc.), organizaciones de consumidores y otras partes interesadas, como los fondos cinematográficos nacionales, y tendrá lugar en 2021. En el diálogo podrían definirse posibles objetivos específicos para aumentar la circulación de obras audiovisuales en toda la UE y formas de alcanzarlas.

La Comisión supervisará los progresos en la consecución de los objetivos específicos en cooperación con el sector audiovisual y decidirá sobre el seguimiento, evaluando varias opciones, incluida la intervención legislativa.

Al mismo tiempo, los cines deben seguir siendo lugares culturales que ofrezcan mayores oportunidades de interacción social. Con este fin, la Comisión explorará, a través de Creative Europe MEDIA, formas de alentar a los cines a mejorar aún más la experiencia de los cinéfilos.

ACCIÓN 8 – Fomentar los talentos de los medios europeos

- Nuevos programas de tutoría para los talentos de los medios de comunicación de Europa
- Media boot-camps que proporciona capacitación intensiva práctica para jóvenes profesionales de los medios de comunicación
- Campaña sobre diversidad delante y detrás de la cámara
- Pasarela del mercado MEDIA para explorar las empresas emergentes más prometedoras de Europa activas en el sector de los medios de comunicación y ayudarles a prosperar
- Creative Innovation Labs abierto a start-ups y escalas

Para: Profesionales audiovisuales europeos, empresas innovadoras de medios europeos (del sector audiovisual y más allá)

Los talentos en la industria de los medios de comunicación, independientemente del sector y de dónde se encuentren en Europa, son el núcleo de su competitividad.

Sin embargo, algunas profesiones siguen siendo percibidas como inaccesibles por los grupos de la sociedad. Esto se ilustra, por ejemplo, por la infra-representación de la mujer en puestos de toma de decisiones en la industria audiovisual.

La Comisión incorporará las prácticas de “*mentoring*” que han ido surgiendo como un gran éxito en los proyectos de formación apoyados en los últimos años para el sector audiovisual a través de Creative Europe MEDIA. Dichos programas de tutoría se desarrollarán en diversos formatos, explotando todas las oportunidades creativas y de negocio que ofrecen las tecnologías digitales.

Además, se lanzará una campaña de comunicación para fomentar la diversidad no sólo delante de la cámara, sino también detrás de la cámara, con el fin de mejorar las representaciones diversificadas y añadir nuevas ideas, historias y voces. La campaña apoyará la Comunicación de la Comisión «Una Unión de la igualdad: plan de acción de la UE contra el racismo 2020-2025», así

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

como la Estrategia de la UE para la igualdad LGBTIQ y el marco estratégico de la UE para la igualdad, la inclusión y la participación.

Destacar modelos inspiradores es un paso esencial para promover el acceso a estas profesiones a través de una mayor diversidad de perfiles. De este modo, la campaña tendrá por objeto destacar a los profesionales europeos, con el fin de promover una amplia gama de profesiones y alentar a las mujeres y a los grupos desfavorecidos de la sociedad, como las personas con discapacidad o las personas con una familia de origen racial o étnico minoritario, a considerar estas carreras.

Además, las iniciativas de desarrollo de competencias en el marco de Europa Creativa se verán reforzadas por la organización de cursos intensivos de formación (MEDIA boot-camps), en los que jóvenes talentos de los medios de comunicación de toda Europa pueden adquirir experiencia práctica en ámbitos como los narradores innovadores, los nuevos modelos de negocio, las nuevas tecnologías de postproducción, junto con las habilidades para ofrecer contenidos accesibles.

Creative Europe MEDIA también unirá fuerzas con otras iniciativas, como el Radar de Innovación, Startup Europe y el Media Motor Europe CSA, para explorar las empresas emergentes más prometedoras de Europa activas en el entorno de los medios de comunicación. Con este fin, se lanzará una convocatoria de expresión de interés dirigida a las comunidades de tecnología creativa y de medios de comunicación en Startup Europe para trazar las empresas prometedoras.

Creative Europe MEDIA también proporcionará un terreno fértil para esas empresas y les ayudará a prosperar en un sector audiovisual que cambia rápidamente. Estas empresas podrían beneficiarse de un reforzado acceso al apoyo de mercado de Creative Europe MEDIA a través de una denominada "Puerta de Acceso al Mercado MEDIA". Esto implicará una preparación activa, incluyendo coaching y mentoring sobre tendencias y posicionamiento del mercado, planes de negocio, estrategias de comercialización, para aprovechar al máximo una presencia física/virtual combinada en los mercados de medios más importantes del mundo (Berlinale, Cannes, Venecia, GamesCom, VR Days, etc.) bajo la etiqueta europea.

Las start-ups y las empresas en crecimiento (scale-ups) tendrán la posibilidad de participar en Creative Innovation Labs, una nueva iniciativa en el marco de la línea intersectorial de Europa Creativa. Esto reunirá a los medios de comunicación y otros sectores creativos (por ejemplo, música, publicación) y experimentará con datos, realidad virtual y aumentada y otras tecnologías para desarrollar nuevos contenidos, nuevos modelos de negocio, nuevas habilidades, para promover la inclusión de la diversidad y la sostenibilidad y para aumentar la participación de la audiencia.

Es importante señalar que las empresas emergentes y las PYME innovadoras en los medios de comunicación también podrán solicitar el apoyo de Horizonte Europa en el marco del Consejo Europeo de Innovación y del Instituto Europeo de Innovación y Tecnología.

ACCIÓN 9 – Empoderar a los ciudadanos

- Aplicación práctica de las nuevas obligaciones de alfabetización mediática de la AVMSD (caja de herramientas de alfabetización mediática y directrices a los Estados miembros)
- Apoyar la creación de servicios alternativos de agregación de contenido multimedia

Para: ciudadanos europeos, en particular los más jóvenes; plataformas para compartir vídeos

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

La alfabetización mediática es fundamental para empoderar a los ciudadanos en el entorno actual de los medios de comunicación y debe apoyarse en diversos programas e iniciativas, como se describe en el Plan de Acción Europeo para la Democracia. Esto pone de relieve la importancia de la alfabetización de los medios de comunicación en la lucha contra la desinformación y promueve la cooperación a este respecto.

La alfabetización mediática incluye todas las capacidades técnicas, cognitivas, sociales, cívicas y creativas que permiten a los ciudadanos acceder a los medios de comunicación, tener una comprensión crítica de los países e interactuar con ellos. La alfabetización mediática también es fundamental para empoderar a los consumidores para que tomen decisiones informadas y los apoyen en la adopción de un consumo más sostenible y respetuoso con el medio ambiente. La alfabetización de los medios de comunicación debe integrarse en los planes de estudios escolares para permitir que los niños utilicen los servicios de comunicación de manera responsable y estén mejor equipados para hacer frente a las amenazas de la violencia on-line y la desinformación.

La AVMSD revisada ha establecido medidas específicas para ayudar a mejorar las habilidades de alfabetización de los ciudadanos en los medios de comunicación. La Directiva dispone que los Estados miembros deben promover y adoptar medidas para el desarrollo de las competencias en alfabetización de los medios de comunicación (e informar sobre dichas medidas a la Comisión, sobre la base de las directrices de la Comisión que definen el alcance de dichos informes); y que las plataformas de intercambio de vídeo deberían poner en marcha medidas y herramientas eficaces de alfabetización en los medios de comunicación y sensibilizar a los usuarios sobre esas medidas y herramientas.

La aplicación efectiva de estas disposiciones de la AVMSD es de vital importancia para el desarrollo ulterior de las competencias en materia de alfabetización de los medios de comunicación y para mejorar la accesibilidad de los contenidos en todos los Estados miembros. Por lo tanto, para garantizar la aplicación práctica de las nuevas obligaciones, especialmente en el ámbito on-line, la Comisión, junto con el Grupo Europeo de Reguladores Audiovisuales (ERGA) y otros expertos, así como en diálogo con plataformas de intercambio de vídeo, desarrollará una caja de herramientas para mejorar la concienciación de los usuarios, mejorar sus habilidades y opciones críticas y ayudar a los usuarios a llegar a una mayor variedad de contenido multimedia disponible en las plataformas de intercambio de vídeo.

Se espera que esta iniciativa sea particularmente beneficiosa para los usuarios más jóvenes, que deberían participar plenamente en su desarrollo. Por esta razón, la Comisión establecerá una caja de resonancia ad hoc compuesta por estudiantes y jóvenes periodistas para probar y promover la caja de herramientas. La junta será equilibrada por género, inclusiva y diversa. Este enfoque se asegurará de que la caja de herramientas aborde eficazmente las necesidades de los usuarios más jóvenes y les empodere aún más en el entorno on-line, incluida la lucha contra los estereotipos basados en el género, la cultura, la religión o las preferencias sexuales. La aplicación de la caja de herramientas también formará parte de los informes de alfabetización de los medios de comunicación de la AVMSD, cuyo alcance se determinará mediante las directrices de la Comisión que se publicarán en 2021.

Como parte de estas acciones, la Comisión también ampliará sus esfuerzos en la próxima edición de la semana europea de alfabetización en los medios de comunicación, con el fin de hacerla aún más impactante e inclusiva. En este contexto, la Comisión estudiará posibles nuevas cooperaciones con las organizaciones internacionales pertinentes.

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

Las acciones propuestas estarán plenamente alineadas y serán complementarias a los objetivos del Plan de Acción para la Educación Digital 2021-2027, cuyo objetivo será hacer que la educación responda aún más a los alumnos para ayudar a los estudiantes a desarrollar la capacidad de abordar críticamente, filtrar y evaluar la información, en particular para identificar la desinformación y gestionar la sobrecarga de información, así como desarrollar la alfabetización financiera.

El programa Horizonte Europa también contribuirá a mejorar la participación política de los ciudadanos fomentando la alfabetización digital crítica y el acceso a contenidos de medios pluralistas.

Para complementar estas acciones, la Comisión apoyará la investigación y la innovación en métodos avanzados de búsqueda, descubrimiento y agregación, con el fin de facilitar la creación de servicios de agregación de noticias alternativos independientes capaces de ofrecer un conjunto diverso de fuentes de información accesibles.

La concienciación del público, en particular el público joven, sobre el contenido europeo se planteará en el contexto del 30º aniversario de Creative Europe MEDIA en 2021. Se lanzará una campaña difundiendo la palabra a las generaciones más jóvenes sobre la riqueza y diversidad de los contenidos europeos mostrando historias de éxito, proyectos y talentos apoyados por el programa.

ACCIÓN 10 – Garantizar el funcionamiento del mercado europeo de los medios de comunicación

- Fortalecer el marco de cooperación entre los reguladores europeos de los medios de comunicación en el seno del Grupo Europeo de Reguladores de los Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA)

Para: Reguladores de medios europeos, industria europea de medios audiovisuales y actores del mercado

El establecimiento de una verdadera igualdad de condiciones para todos los actores de los medios audiovisuales y un entorno justo para los creadores y los que invierten en contenidos han sido los objetivos centrales de la AVMSD revisada y del marco de copyright modernizado.

Por ejemplo, para garantizar una competencia leal entre los organismos de radiodifusión y las plataformas de vídeo a la carta en la promoción e inversión en contenidos europeos, la AVMSD revisada exige que ésta garantice una cuota del 30% de las obras europeas en sus catálogos. La aplicación eficaz y coherente de las normas revisadas de AVMSD y derecho de autor a nivel nacional será clave para garantizar su entrega. Al mismo tiempo, será crucial garantizar que los activos intangibles de los medios de comunicación estén protegidos mediante una observancia eficaz de sus derechos de P.I.

Por lo que se refiere a la AVMSD revisada, los Estados miembros y, en particular, sus reguladores de los medios de comunicación, deben supervisar adecuadamente la correcta aplicación de las nuevas normas y hacerlas cumplir cuando sea necesario. Esto requerirá, en particular, lo siguiente:

**LEHENDAKARITZA**

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

- La aplicación coherente de las obligaciones de participación en los contenidos europeos en los catálogos a petición (también basadas en las Directrices recientemente emitidas por la Comisión);
- La aplicación coherente de las nuevas normas sobre el protagonismo de las obras europeas, mediante la publicación de orientaciones prácticas adicionales y el fomento de enfoques comunes sobre el protagonismo del contenido de interés general;
- El cumplimiento efectivo de las nuevas obligaciones para las plataformas de intercambio de vídeo.

A este respecto, la Comisión evaluará si es necesario reforzar la cooperación en el seno del Grupo de Reguladores de los Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA) para garantizar que su formato y alcance contribuyan al funcionamiento eficaz de las nuevas normas de los medios de comunicación en la práctica y sea capaz de abordar nuevos retos en los mercados de los medios de comunicación. A tal fin, la Comisión seguirá haciendo balance de las mejores prácticas en materia de cooperación transfronteriza, supervisando de cerca el rendimiento del Memorandum de Entendimiento (MoU) de la ERGA, que se pondrá en marcha a finales de año.

El Memorandum de Entendimiento es un mecanismo de cooperación sectorial y voluntaria, basado en la experiencia única de los reguladores europeos de los medios de comunicación. Contendrá mecanismos específicos de cooperación e intercambio de información para los reguladores europeos de los medios de comunicación con vistas a abordar cuestiones prácticas y casos transfronterizos relacionados con la aplicación de la Directiva AVMS revisada que son competencias. Esta iniciativa, centrada en particular en las novedades reglamentarias antes mencionadas de la AVMSD revisada, complementará el sistema de gobernanza horizontal de los servicios en línea que establecerá la Ley de Servicios Digitales. A finales de 2021, la Comisión evaluará el funcionamiento del Memorandum de Entendimiento y propondrá mejoras, si fuera necesario.

Además, en cooperación con los Estados miembros, sus Fondos Cinematográficos y ERGA, y en la que participen las plataformas a la carta, la Comisión explorará nuevas formas de fomentar una mayor diversidad en los catálogos de vídeo a la carta. En consonancia con el objetivo de la AVMSD de alentar a los organismos de radiodifusión a incluir una parte adecuada de las obras europeas co-producidas o de las obras europeas de origen no nacional en sus servicios, el objetivo será acordar objetivos voluntarios para una mayor presencia de dichas obras también en los catálogos de vídeo a la carta. Esto reforzará mutuamente el objetivo de Creative Europe MEDIA de impulsar la presencia de este tipo de obras en todas las plataformas de distribución.

Garantizar el buen funcionamiento del mercado europeo de los medios de comunicación exige también abordar la piratería de los contenidos protegidos por copyright, que, a pesar de una ligera disminución, sigue siendo un problema importante. La aparición de nuevos modelos de negocio infractores constituye una grave amenaza para la industria.

La Comisión se ha comprometido a garantizar una observancia más eficaz de los derechos de P.I. en el entorno digital, como se indica en el Plan de Acción sobre P.I.. En particular, la Comisión entablará conversaciones con la industria para ver cómo los recursos existentes para

luchar contra la piratería, como las medidas cautelares, pueden ser más eficientes y fáciles de obtener, en particular para hacer frente al carácter dinámico y sin fronteras de las infracciones en línea a escala comercial. En este contexto, sobre la dependencia del plan de acción en materia de



LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

P.I., se prestará especial atención al fomento de la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de hacer cumplir la ley y la observancia transfronteriza.

5. CONCLUSIÓN

Con esta Comunicación, la Comisión está estableciendo una visión global para el sector de los medios de comunicación para explotar el potencial de un verdadero mercado europeo de los medios de comunicación y adoptar la Década Digital.

Las acciones se llevarán a cabo en estrecha cooperación con los Estados miembros, el Parlamento Europeo, la industria de los medios de comunicación y todas las partes interesadas. A este respecto, la presente Comunicación constituirá una hoja de ruta concreta para los medios de comunicación como parte de la cultura y el ecosistema creativo para aprovechar los beneficios de la transformación digital y fomentar su competitividad

– APÉNDICE- CRONOGRAMA INDICATIVO

Acción	Sub-acción	Cronología indicativa
ACCIÓN 1 –Acceso más fácil al apoyo de la UE	Una nueva herramienta interactiva que guía a las empresas de medios de comunicación a través de los diversos instrumentos de apoyo	→ T1 2021
ACCIÓN 2 - MEDIA INVEST destinado a impulsar la inversión en la industria audiovisual	Una plataforma de inversión de capital dedicada para fomentar las producciones audiovisuales europeas y las estrategias de distribución; Desarrollo de una cartera de inversiones a través de la creación de capacidad para inversores y la preparación para la inversión para las empresas.	→ A partir de S1 2022 → A partir de S2 2021
ACCIÓN 3 – 'NEWS': una iniciativa para agrupar acciones y apoyo al sector de los medios de comunicación	Mejor acceso a la financiación, a través de préstamos y una iniciativa piloto de capital Fortalecimiento de la capacidad entre inversores y	→ A partir de S1 2022 → A partir de S2 2021 → A partir de S2 2021 → A partir de S1 2021



LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

	<p>medios de comunicación</p> <p>Apoyo a los medios de comunicación para trabajar en la transformación colaborativa</p> <p>Un Foro Europeo de Medios de Comunicación</p>	
<p>ACCIÓN 4 – Liberar la innovación a través de un espacio europeo de datos multimedia y fomentar nuevos modelos de negocio</p>	<p>Crear un espacio de datos multimedia para apoyar a las empresas de medios en el intercambio de datos y el desarrollo de soluciones innovadoras</p> <p>Perspectivas de los medios de comunicación europeos</p>	<p>→ A partir de S1 2022</p> <p>→ A partir de S2 2021</p>
<p>ACCIÓN 5 – Fomentar una coalición industrial europea de realidad virtual y aumentada (VR/AR)</p>	<p>Coalición de la industria VR/AR para estimular la cooperación entre los sectores industriales y garantizar el liderazgo europeo</p> <p>Lanza un VR Media Lab en proyectos para nuevas formas de contar historias e interactuar</p>	<p>→ S2 2021</p> <p>→ A partir de S1 2022</p>
<p>ACCIÓN 6 - Hacia un sector de los medios de comunicación neutral desde el clima</p>	<p>Un Foro de cooperación estructurado con la industria y los fondos cinematográficos y audiovisuales (sub)nacionales</p>	<p>→ A partir de S1 2021</p>
<p>ACCIÓN 7 – Hacia una disponibilidad más amplia de contenidos audiovisuales en toda la UE</p>	<p>Iniciar un diálogo con la industria audiovisual con el fin de acordar medidas concretas para mejorar el acceso y la disponibilidad de contenidos audiovisuales a través de las fronteras en la UE</p>	<p>→ A partir de S1 2021</p>
<p>ACCIÓN 8 – Fomentar los talentos de los medios europeos</p>	<p>Nuevos programas de tutoría para los talentos de los medios de comunicación de Europa</p> <p>Media boot-camps que proporciona capacitación intensiva práctica para jóvenes profesionales de los medios de</p>	<p>→ A partir de S2 2021</p> <p>→ A partir de S1 2022</p> <p>→ A partir de S2 2021</p> <p>→ A partir de S1 2021</p> <p>→ A partir de S2 2021</p>



LEHENDAKARITZA

Kanpo Harremanetarako Idazkaritza Nagusia
Euskadiren Europar Batasuneko Ordezkaritza

PRESIDENCIA

Secretaría General de Acción Exterior
Delegación de Euskadi para la Unión Europea

	<p>comunicación</p> <p>Campaña sobre diversidad delante y detrás de la cámara</p> <p>Pasarela del mercado MEDIA para explorar las empresas emergentes más prometedoras de Europa activas en el sector de los medios de comunicación y ayudarles a prosperar</p> <p>Creative Innovation Labs abierto a start-ups y escalas</p>	
ACCIÓN 9 – Empoderar a los ciudadanos	<p>Aplicación práctica de las nuevas obligaciones de alfabetización mediática de la AVMSD (caja de herramientas de alfabetización mediática y directrices a los Estados miembros)</p> <p>Apoyar la creación de servicios alternativos de agregación de contenido multimedia</p>	<p>→ T4 2021</p> <p>→ As of S2 2022</p>
ACCIÓN 10 – Garantizar el funcionamiento del mercado europeo de los medios de comunicación	<p>Fortalecer el marco de cooperación entre los reguladores europeos de los medios de comunicación en el seno del Grupo Europeo de Reguladores de los Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA)</p>	<p>→ A partir del primer trimestre de 2021</p>