

Dictamen del Comité de las Regiones — «El punto de vista regional en el desarrollo de la alfabetización mediática — La educación mediática en la política educativa de la UE»

(2010/C 141/04)

EL COMITÉ DE LAS REGIONES

- señala que en numerosos casos los entes locales y regionales son responsables de integrar, en todos los niveles, la educación mediática en la educación formal. Por esta razón se debería buscar un procedimiento adecuado que permita apoyar a los entes locales y regionales en su labor de fomento de los proyectos relacionados con la alfabetización mediática;
- subraya que en la nueva fase de cooperación en materia de formación que se inicia en la UE con el marco estratégico debería tenerse también en cuenta el ámbito de la alfabetización mediática;
- insiste en que es preciso diferenciar claramente los componentes principales de la alfabetización mediática, puesto que el desarrollo de cada uno de ellos exige una estrategia, unos agentes y unos recursos propios;
- desea recordar que es conveniente aplicar igualmente el concepto de concienciación de los consumidores en cuanto a la utilización de los medios de comunicación, puesto que un mayor respeto por los derechos de los consumidores tiene la misma importancia crucial en el mundo de los medios de comunicación.

Ponente: András Szalay (HU/ALDE), Concejal de Veszprém

I. RECOMENDACIONES POLÍTICAS

1. El Comité de las Regiones celebra que la Comisión Europea haya explicado la importancia de una política de formación, junto con sus principios fundamentales y sus objetivos, que se desprenden de la definición de alfabetización mediática ⁽¹⁾. También tuvo presente el dictamen aprobado por el CDR en su Pleno de los días 8 y 9 de octubre de 2008 ⁽²⁾.

2. El Comité de las Regiones expresa su confianza en que la Comisión Europea prosiga sus esfuerzos con vistas a un desarrollo coherente de la política en favor de la alfabetización mediática iniciada en 2007 y la invita a integrar en ella el dictamen del CDR, respetando el principio de subsidiariedad y las particularidades de las competencias locales y regionales. El CDR pide asimismo a la Comisión que continúe con la elaboración del plan de acción sobre la alfabetización mediática en colaboración con las demás instituciones de la Unión, la Unesco y los entes locales y regionales. En este contexto, es preciso tener presente lo siguiente:

a) desde el punto de vista de la cultura política, la participación activa de los ciudadanos de la UE y la concienciación de los usuarios, la realización de esta esencial alfabetización mediática –como objetivo político–, debe ser perseguida con ahínco por todos los agentes relevantes y exige, ante todo, que todas las regiones y Estados miembros favorezcan la innovación en materia educativa;

b) de conformidad con el Tratado CE, la política de educación y formación es responsabilidad exclusiva de los Estados miembros, mientras que la Unión contribuye a mejorar sus distintos sistemas nacionales poniendo a su disposición, en caso necesario, instrumentos comunitarios complementarios y facilitando el intercambio de información y de buenas prácticas. Esto ha sido puesto de relieve también por la Comisión Europea en su Comunicación de 2008 sobre *Un marco estratégico actualizado para la cooperación europea en el ámbito de la educación y la formación* ⁽³⁾;

c) la estrategia marco en materia de educación y formación ⁽⁴⁾ considera que la alfabetización mediática es una rama de la alfabetización digital, lo cual es discutible, cuando puede tener una importancia crucial en la realización de numerosos objetivos y prioridades que recoge la estrategia marco (en

particular, la adquisición de competencias básicas de lectura, la competencia de «aprender a aprender», la ciudadanía activa, la promoción del diálogo intercultural y el aprendizaje permanente);

d) los temas que se señalan como prioridades inmediatas en la estrategia marco ⁽⁵⁾ son:

— el desarrollo transversal de las competencias clave;

— medidas que faciliten la aparición de un entorno institucional favorable a la creatividad y la innovación, que estén basadas en un uso crítico y reflexivo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y que contribuyan a la mejora cualitativa también en la formación de los docentes;

— el establecimiento de asociaciones entre las instituciones y las empresas que ofrecen enseñanza y formación, los centros de investigación, el mundo de la cultura y las industrias creativas.

Estas prioridades están en estrecha relación con la reflexión en torno al desarrollo de la alfabetización mediática.

e) En numerosos casos los entes locales y regionales son responsables de integrar, en todos los niveles, la educación mediática en la educación oficial. Por esta razón se debería buscar un procedimiento adecuado que permita apoyar a los entes locales y regionales en su labor de fomento de los proyectos, programas y planes relacionados con la alfabetización mediática, incluidas las distintas asociaciones que agrupan a numerosos agentes públicos y privados, así como las que se crean entre establecimientos culturales y de enseñanza y los creadores de contenidos profesionales, tanto en el marco de la educación formal como informal y respetando estrictamente las disposiciones legales.

3. Por este motivo, el Comité de las Regiones pide que la alfabetización mediática se incorpore como novena competencia clave en el marco de referencia europeo para la educación y la formación permanentes, de conformidad con la Recomendación 2006/962/CE. En efecto, sin la necesidad de destinar importantes recursos comunitarios, tal modificación del grupo de competencias clave ayudaría considerablemente a las instancias responsables de la educación formal en los Estados miembros y las regiones a tomar las decisiones precisas para integrar la educación mediática en los programas curriculares.

⁽¹⁾ En este ámbito la Comisión se ha basado en la Resolución del Parlamento Europeo Alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital, aprobada el 16 de diciembre de 2008, 2008/2129(INI).

⁽²⁾ CDR 94/2008 fin sobre la Comunicación de la Comisión Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital, aprobado el 16 de diciembre de 2008, 2008/2129 (INI).

⁽³⁾ COM(2008) 865 final.

⁽⁴⁾ COM(2008) 865 final.

⁽⁵⁾ COM(2008) 865 final.

4. Sería oportuno que la Comisión Europea estableciera una distinción clara entre el aprendizaje asistido por Internet —en línea o electrónico— y el desarrollo de la alfabetización mediática, es decir, del análisis crítico de Internet como medio de comunicación en un entorno en línea. Es preciso señalar que el aprendizaje en línea no es lo mismo que la educación mediática y que las competencias en materia de TIC y la competencia digital son cosas distintas de la alfabetización mediática. La alfabetización mediática ha de servir para que los ciudadanos puedan tener un papel activo y para preservar la diversidad cultural y la identidad regional y local (por ejemplo, abrir nuevas posibilidades para dar a conocer su perspectiva y que las personas que viven en la periferia y las minorías puedan expresarse en el espacio público local).

Hipótesis de partida

5. El CDR desea llamar la atención hacia la especial importancia para el futuro de Europa del desarrollo de la alfabetización mediática, unido a la adaptación de los métodos para la educación mediática en el ámbito escolar y fuera de éste. En el contexto de esta adaptación deberá estimularse también la enseñanza de las nuevas tecnologías de la comunicación, de la máxima importancia para la integración social y profesional.

6. El desarrollo de la alfabetización mediática constituye un elemento fundamental de la protección de los menores y los jóvenes y de la defensa de la dignidad humana en los medios de comunicación, puesto que favorece un uso consciente de los medios de comunicación y la evolución de la industria de los contenidos hacia la autorregulación y la corregulación⁽¹⁾. Con todo, el refuerzo de la alfabetización mediática no puede sino completar los controles estatales y supraestatales, así como la protección legal de los jóvenes en el ámbito de los medios de comunicación. Por otra parte, esta competencia hace que los ciudadanos participen en el debate sobre la responsabilidad de todos los agentes de la sociedad, fomentando así la creación de una ciudadanía activa y consciente de los medios de comunicación. Por tanto, reviste una gran importancia para la cultura política europea y la participación activa de los ciudadanos de la UE. Ello explica la necesidad de que la política europea de educación mediática tenga más relieve en todos los Estados miembros y en todos los ámbitos administrativos y políticos.

7. La educación dirigida a los jóvenes que viven en un entorno inundado por los medios de comunicación precisa enfoques nuevos desde el punto de vista cualitativo, que tengan también en cuenta los distintos papeles socioculturales de los medios de comunicación y de la escuela en materia de transmisión de información y de valores. Es preciso que en la noción del papel del enseñante se reconozca que los estudiantes se socializan de forma inconsciente en un mundo en el que las respuestas están al alcance de la mano y en el que el discurso simplificador de los medios de comunicación les acerca una interpretación para cada problema. El desarrollo de las competencias básicas debe incluir, asimismo, la interpretación de los contenidos mediáticos, porque el desarrollo de una actitud crí-

tica tiene que ver, sobre todo, con los prototipos que transmiten los medios de comunicación, que se asimilan desde la infancia y determinan inconscientemente nuestra concepción del mundo.

8. Al aplicar el método abierto de coordinación a la definición de nuevos indicadores y nuevos valores de referencia en materia de educación y formación:

- a) es preciso que el control de las competencias de lectura y comprensión de textos abarque también la detección de las competencias relativas a los contenidos mediáticos, porque hoy día, en un entorno electrónico o digital, tales contenidos combinan soportes escritos, iconográficos y cinematográficos;
- b) en el contexto de definición de un criterio de referencia para evaluar la promoción de la creatividad y de la innovación, se recomienda tener presente que el trabajo en proyecto, que pretende desarrollar la creatividad en la redacción de contenidos, representa una de las formas básicas de la resolución de problemas y del trabajo en equipo.

9. Una de las principales razones por las que la educación mediática avanza tan lentamente es que en la práctica educativa europea no se ha establecido claramente la relación entre alfabetización mediática y alfabetización digital. En la práctica educativa, la utilización de las TIC se ha convertido, sobre todo, en un medio para garantizar el acceso al mundo digital y promover la igualdad de oportunidades. En la actualidad, los jóvenes ya no tienen ninguna dificultad para adquirir los conocimientos necesarios para utilizar el material informático y los programas básicos ni para dominar aplicaciones sencillas. De forma paralela, los enseñantes no poseen competencias suficientes y disponen de un tiempo escaso para desarrollar la interpretación crítica de los contenidos mediáticos a que se accede (también) por medios digitales y de la producción creativa, elementos constitutivos esenciales de la alfabetización mediática.

10. Es urgente replantearse la relación entre alfabetización digital y alfabetización mediática a fin de asegurarse de que la falta de claridad en cuanto a la delimitación de ambas formas de alfabetización no provoca una disfunción en la educación. Además de las competencias digitales, es necesario ayudar a los jóvenes a desarrollar una mayor capacidad crítica y aptitudes en relación con los contenidos mediáticos, al objeto de enseñarles a tener en cuenta las preocupaciones en materia de seguridad y a tomar conciencia de la necesidad de respetar la vida privada y de los problemas que plantea el tratamiento de datos.

11. En el contexto de las consultas sobre la política de educación y formación en alfabetización mediática es importante lo siguiente:

- que adquieran mayor transparencia las actividades desarrolladas por los grupos de expertos y los órganos responsables de los trabajos preparatorios, de la elaboración de propuestas y de la toma de decisiones en las direcciones generales de la Comisión Europea;

⁽¹⁾ En este sentido, el CDR desea remitirse a sus propios dictámenes: CDR 67/2004 fin (El futuro de la política reguladora europea en el sector audiovisual) y CDR 172/2007 fin (Una agenda europea para la cultura en un mundo en vías de globalización).

- que la política de formación en el ámbito de la alfabetización mediática se base en un conocimiento real de la situación, un conocimiento que recoja también los puntos de vista regionales;
- que las recomendaciones y los planes de acción aprobados tengan sentido también para las distintas partes, con posturas divergentes, vinculadas al desarrollo de la alfabetización mediática (gobiernos, poderes públicos, entes locales y regionales, representantes de la industria del contenido, investigadores, centros culturales y de enseñanza, ONG y organizaciones de la sociedad civil). La aprobación de recomendaciones y planes ha de ir acompañada de los recursos necesarios.

12. En la nueva fase de cooperación en materia de formación que se inicia en la UE con el marco estratégico, debería tenerse también en cuenta el ámbito de la alfabetización mediática.

Observaciones

13. El Comité de las Regiones, que se manifiesta de acuerdo con la Resolución del Parlamento Europeo en la que se subraya que la alfabetización mediática es absolutamente indispensable para cualquier ciudadano que viva en una sociedad de la información y la comunicación ⁽¹⁾, considera que el objetivo que ha de perseguirse es la consecución de una sociedad que haya integrado la alfabetización mediática y que el camino para conseguirlo es la educación mediática. Por ello, recuerda que es totalmente indispensable garantizar la igualdad de acceso a la red de todos los ciudadanos europeos, sobre todo aquellos que sufren la discontinuidad territorial o la lejanía.

14. Es preciso diferenciar claramente los componentes principales de la alfabetización mediática, puesto que el desarrollo de cada uno de ellos exige una estrategia, unos agentes y unos recursos propios. Así pues, es esencial:

- garantizar el acceso del ciudadano, tanto en su dimensión tecnológica (en especial a través de Internet de banda ancha, las imágenes electrónicas y los programas de tratamiento de texto) como en lo que se refiere al acceso al patrimonio audiovisual europeo, nacional y local. El ciudadano debe tener acceso al patrimonio histórico y cultural común en su lengua materna, de acuerdo con la Declaración de Riga sobre la inclusión digital, que data de 2006, y teniendo presentes las recomendaciones del CDR al respecto ⁽²⁾;
- reforzar las competencias relativas a la selección de los contenidos mediáticos, la capacidad para elegir de forma reflexiva y para discernir, especialmente en Internet y a falta de entidades acreditadas y controladas que gestionen los portales (por ejemplo, editoriales, redacciones, críticos), cuándo se trata de información, de textos mediáticos o de publicidad imposible de comprobar;
- lograr una mirada crítica sobre el sector de los medios de comunicación y la producción mediática que se detenga particularmente en la investigación continua y la aplicación

de métodos que favorezcan el desarrollo de las competencias y la comprensión de contenidos audiovisuales y no lineales, las conclusiones de disciplinas como la economía, la antropología, la sociología, la psicología de los medios de comunicación en cuanto a sus formas de funcionamiento y su papel social, así como las cuestiones fundamentales de la regulación de los medios de comunicación;

- desarrollar un uso activo y creativo, sobre todo poniendo en práctica, en el marco de distintos proyectos, las aptitudes técnicas y manuales, las disposiciones y los conocimientos necesarios. Es preciso centrarse especialmente en la comunicación audiovisual y la creación, en la presentación y la difusión de contenidos audiovisuales a través de la tecnología digital;
- fomentar la participación en la vida pública local, en particular sensibilizando respecto de las cuestiones relativas a la protección de la esfera privada, los derechos de las personas en cuanto al tratamiento de sus datos personales y el interés público.
- aumentar la concienciación de los ciudadanos para que, cuando utilicen los medios, respeten las disposiciones legales relativas a la propiedad intelectual, el derecho a la intimidad y los derechos de los medios y sensibilizarlos sobre las consecuencias penales y administrativas que pudiera entrañar la conculcación de las mismas;
- reforzar la competencia de los ciudadanos para que gestionen con precaución sus datos personales en Internet y para que llamen la atención, en particular de los niños y los jóvenes, sobre las diferentes fuentes de peligro en los nuevos medios.

15. El CDR, aunque no pone en duda la importancia crucial de los ámbitos abordados por la CE en cuanto a las buenas prácticas (la comunicación comercial, la producción audiovisual y los contenidos en línea), considera deseable que se justifiquen estas prioridades temáticas en las futuras recomendaciones. Ciertamente, la ausencia de esta motivación podría provocar que la educación mediática se limite en la práctica a estos tres campos.

16. Como es de esperar que el desarrollo de aptitudes como la búsqueda consciente de información, la interpretación crítica de los contenidos y el uso creativo contribuirán a garantizar la protección de los menores y los jóvenes, además del respeto de la dignidad humana en los medios de comunicación, junto con las disposiciones reglamentarias que adopten los poderes públicos es preciso intensificar de forma prioritaria las acciones en materia de alfabetización mediática en estos ámbitos.

17. Es conveniente aplicar igualmente el concepto de concienciación de los consumidores en cuanto a la utilización de los medios de comunicación, puesto que un mayor respeto por los derechos de los consumidores tiene la misma importancia crucial en el mundo de los medios de comunicación.

⁽¹⁾ 2008/2129 (INI).

⁽²⁾ CDR 5/2008 fin y CDR 252/2005 fin: dictámenes consagrados, respectivamente, a la inclusión digital y al tema *i2010 – Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo*.

18. El Comité de las Regiones desea insistir en que el desarrollo de la educación crítica ante los medios de comunicación no bastará por sí mismo para acabar con los numerosos y distintos prejuicios ligados a la oferta de contenidos (por ejemplo, la violencia gratuita en los medios de comunicación, la violación de los derechos de los consumidores en los servicios mediáticos, la falta de autenticidad y validez, la manipulación). Por otra parte, la educación mediática no representa, o sólo en una pequeña parte, un motor para corrientes como la convergencia de los medios de comunicación, la construcción, el acceso y la interconexión de archivos digitales, la redefinición de los derechos de autor o la regulación en este ámbito, ni siquiera la administración electrónica⁽¹⁾. La educación mediática se ocupa de tales corrientes, las contextualiza y prepara a una ciudadanía de usuarios sensibles ante lo que se produce en la esfera pública y mediática. Por lo tanto, además de desarrollar la educación mediática, es necesario regular en este ámbito al nivel más adecuado, teniendo debidamente en cuenta las competencias y la experiencia de los entes locales y regionales.

19. En el marco de las recomendaciones y los planes de acción será preciso establecer programas para el desarrollo de los principales componentes de la educación mediática que forman parte de los sistemas de educación y formación de los Estados miembros (también desde el punto de vista de la educación mediática), en la medida en que tendrán en cuenta, a un tiempo, las diversas tradiciones educativas y culturales de los Estados miembros, las notables disparidades derivadas de los distintos modos de formación de los sistemas regionales y la disposición de cada uno a la realización de economías de escala.

20. En la elaboración de las recomendaciones y planes de acción es esencial tener presentes las buenas prácticas. Respecto de esto, el Comité de las Regiones remite a un dictamen propio⁽²⁾ en el que se congratulaba de que la Comisión llevase a cabo más actividades para explotar los conocimientos adquiridos en el marco de los programas locales y regionales relativos a la educación mediática desarrollados en toda Europa, aunque también en el marco de la promoción de plataformas para el diálogo, testimonios y redes para el intercambio de buenas prácticas.

21. No obstante, el Comité de las Regiones manifiesta su preocupación respecto de los siguientes elementos:

- puesto que en la UE no existe ningún seguimiento, no se puede garantizar el aprovechamiento de las buenas prácticas en materia de educación mediática;
- se necesita una clasificación de las buenas prácticas en función de los principales componentes de la educación mediática;
- no está resuelta la cuestión de una opinión crítica detallada sobre la eficacia de la aplicación;
- no existe una base de datos que permita desarrollar, adaptar y explotar las buenas prácticas a gran escala.

⁽¹⁾ Para esta cuestión, el CDR se remite a su propio dictamen «2010: bibliotecas digitales», CDR 32/2006 fin.

⁽²⁾ CDR 94/2008 fin.

Por tanto, es preciso crear una infraestructura organizativa y profesional apropiada: podrían crearse, por ejemplo, «puntos de educación mediática» basados en los puntos mediáticos del programa MEDIA (o bien ampliar el campo de actividad de éstos); también podría reforzarse o desarrollarse la función consultiva profesional del grupo de expertos en educación mediática creado por la Comisión Europea.

22. En caso necesario, la Comisión Europea puede apoyar a los Estados miembros, respetando su independencia y el principio de subsidiariedad, para que éstos elaboren sus propias estrategias nacionales de educación mediática, teniendo presentes los componentes principales de la alfabetización mediática. En la medida de lo posible sería conveniente que participen en la elaboración de tales estrategias nacionales las autoridades encargadas de la regulación de los medios de comunicación, los responsables de la política de enseñanza y los representantes de los entes locales y regionales, de la sociedad civil, de la industria del contenido y la innovación en el campo de la educación mediática.

23. Dada la diversidad de situaciones en los Estados miembros y las regiones, el desarrollo de la educación mediática en el marco de las recomendaciones y los planes de acción ha de hacerse de tal modo que pueda trasladarse al contexto socioeconómico local. No obstante, esto exige un estudio más profundo de la situación nacional e incluso regional para tener una visión más precisa, en particular, de la motivación y la actuación de los entes locales, de los organismos que financian a las instituciones y al profesorado que se dedican a la educación mediática.

24. Dada la rápida evolución del entorno mediático, la educación mediática debería ser objeto de investigaciones y evaluaciones constantes en las que deberían participar las autoridades de los distintos Estados miembros encargadas de regular la comunicación audiovisual y electrónica. Debería fomentarse la cooperación entre ellas por el bien del desarrollo de la alfabetización mediática.

25. El Comité de las Regiones anima a la Comisión Europea a apoyar la creación de departamentos regionales de investigación e información, en el marco de las estructuras administrativas de los entes locales y regionales, que estudien los problemas de la alfabetización mediática.

26. Los entes locales y regionales son los agentes clave del desarrollo de la alfabetización mediática, puesto que son los más próximos a los ciudadanos, especialmente por organizar buena parte de los centros de enseñanza, ser propietarios de los medios de comunicación locales y de otras instituciones culturales (bibliotecas, centros comunitarios, etc.) o gestionar los fondos —europeos o de otra procedencia— para el desarrollo. Por lo tanto, se justifica la elaboración de campañas informativas dirigidas a las regiones y los entes locales sobre las recomendaciones de la Unión y sobre las buenas prácticas, así como incrementar las posibilidades de cooperación en materia de educación mediática en las eurorregiones y en las zonas transfronterizas.

27. Es preciso alentar a las autoridades locales y regionales para que respalden los proyectos, programas y cartas relacionadas con la educación mediática para alcanzar, en primer lugar, los objetivos siguientes:

a) perfil de la situación

evaluación de la situación real en materia de educación mediática, reseña de ejemplos de cooperación y colaboración existentes;

b) creación de redes, integración

establecer contactos entre todos los agentes del territorio: industria mediática (cine, televisión, prensa, radio, proveedores y productores de contenidos para Internet), organizaciones de medios de comunicación, sistemas educativos, reguladores, centros culturales y de investigación, organizaciones sociales;

c) institucionalización

establecimiento de servicios públicos y oficinas para promover la educación mediática;

d) orientación e información

organización de campañas de educación mediática, apoyo a los «puntos de educación mediática» regionales, a fin de definir y divulgar las buenas prácticas e informar a los ciudadanos;

e) participación activa, representación local

medidas de estímulo, políticas de promoción, provisión de instrumentos, conocimientos y plataformas mediáticas para que el gran público pueda producir contenidos mediáticos, con una atención particular a los grupos sociales desfavorecidos, las minorías y las personas con discapacidad;

f) cooperación

participación en redes de cooperación nacionales y regionales dentro de la Unión;

g) diálogo

iniciativas de los poderes públicos encaminadas a favorecer la participación de organizaciones de la sociedad civil, ampliación del debate sobre la educación mediática;

h) política regional de enseñanza, regulación de la enseñanza actividades de los entes locales y regionales correspondientes para introducir la educación mediática en todos los niveles

de la enseñanza formal, fomentar que la educación mediática figure en la formación de profesores y formadores y se encuentre en todos los niveles de la enseñanza formando parte integrante de los programas escolares y también de los programas de aprendizaje permanente;

i) creación y fomento de asociaciones

creación de asociaciones en materia de educación mediática en la industria de los contenidos y los centros de enseñanza y formación, en el contexto de la educación y la formación formales e informales (por ejemplo, proyectos de cooperación entre los medios de comunicación locales, empresas y centros de enseñanza y formación, campañas de educación mediática, festivales), procurando atender al tipo de participación, a los intereses materiales de la industria de los medios de comunicación y al estricto respeto del marco legal en la organización de tales asociaciones.

28. El Comité de las Regiones pide a la Comisión Europea que establezca, a partir de unas bases nuevas, la práctica relativa a la financiación de la política de formación, el apoyo a los proyectos piloto y la investigación en el ámbito de la educación mediática, dado que ésta puede fomentarse con los instrumentos financieros que tiene destinados en el marco de iniciativas actuales (por ejemplo, las cooperaciones regionales Comenius) o futuras. Puesto que la realización de los objetivos marcados exige contar desde un principio con recursos específicos y diversificados, el Comité de las Regiones comparte la postura del Parlamento ⁽¹⁾ y considera que está justificado integrar de forma explícita y concreta un programa secundario para el desarrollo de la alfabetización mediática en otros programas de ayuda de la Unión Europea, en particular Comenius, «Aprendizaje permanente», «eTwinning» (hermanamiento electrónico), «Safer Internet» (Internet más segura) y el programa del Fondo Social Europeo.

29. Especialmente gratificante resulta que la Comisión Europea haya iniciado la elaboración de indicadores de la educación mediática con vistas a una promoción a largo plazo. Al mismo tiempo, el Comité de las Regiones espera que estos indicadores de la educación mediática no se queden en cifras sobre cómo y cuánto tiempo se utilizan los medios de comunicación, porque evaluar la educación mediática supone también recurrir a métodos de medición de la capacidad del individuo (aunque en este terreno es comprensible un cierto escepticismo en cuanto al empleo de indicadores numéricos: ciertamente resulta difícil la conversión cuantitativa del conocimiento creativo y crítico y la clasificación de los contenidos en criterios mensurables).

Bruselas, 3 de diciembre de 2009.

*El Presidente
del Comité de las Regiones*
Luc VAN DEN BRANDE

⁽¹⁾ 2008/2129 (INI).