

IV

(Información)

INFORMACIÓN PROCEDENTE DE LAS INSTITUCIONES, ÓRGANOS Y ORGANISMOS DE LA UNIÓN EUROPEA

CONSEJO

Conclusiones del Consejo sobre la salvaguardia de un sistema de medios de comunicación libre y pluralista

(2020/C 422/08)

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

RECORDANDO LAS REFERENCIAS QUE FIGURAN EN EL ANEXO,

RECORDANDO EL CONTEXTO POLÍTICO ACTUAL EN EL QUE:

- Especialmente en tiempos de crisis, es de suma importancia contar con un sistema de medios de comunicación sostenible (A), pluralista (B) y fiable (C).
- La pandemia de COVID-19 ha agravado la vulnerabilidad del sector de los medios de comunicación en la Unión, que ha sufrido el desplome de sus principales fuentes de ingresos publicitarios al tiempo que aumentaba significativamente la demanda de información y de contenidos fiables.
- La mundialización y la digitalización han creado un entorno mediático caracterizado por plataformas en línea que son cada vez más pasarelas a través de las cuales un público mundial obtiene acceso transfronterizo a gran cantidad de contenidos y servicios mediáticos que compiten por la limitada atención de los usuarios,

A. Sostenibilidad

RECONOCE LO SIGUIENTE:

1. La pandemia de COVID-19 ha exacerbado algunos de los principales retos a los que el sector de los medios de comunicación lleva bastante tiempo enfrentándose, entre ellos los siguientes:
 - la marcada reducción de los ingresos, que han sufrido especialmente los medios de comunicación locales, regionales y tradicionales, y los crecientes retos para la sostenibilidad general del sector de los medios de comunicación. Se trata de un sector compuesto en gran medida por empresas que son una de las manifestaciones de la diversidad cultural y lingüística de Europa, pero que a menudo no tienen ni el tamaño ni el peso financiero necesarios para operar en mercados paneuropeos y mundiales;
 - los modelos de negocio basados en datos que utilizan las plataformas en línea (a saber, motores de recomendación de contenidos, personalización de los contenidos y todas las formas de publicidad personalizada) están imponiéndose de manera progresiva a los modelos de financiación de los medios de comunicación. Se espera que el gasto en publicidad digital en plataformas supere el gasto en publicidad en medios de comunicación tradicionales en un futuro próximo.
2. Los prestadores de servicios de comunicación invierten en la producción de contenidos y están sujetos a responsabilidades estrictas, mientras que las plataformas en línea, que dan acceso a contenidos de terceros, a menudo los rentabilizan sin tener que cumplir las mismas obligaciones. Esto puede provocar una falta de igualdad de condiciones que puede dar a algunos agentes del mercado ventajas competitivas.
3. Es preciso recordar la importancia de los principios clave de la financiación de contenidos mediáticos, que sustentan toda la cadena de valor y salvaguardan el pluralismo de los medios de comunicación. Por ejemplo, la asignación territorial y exclusiva de derechos de licencia puede ser con frecuencia crucial para el sector de los medios audiovisuales. También el desarrollo de nuevos modelos empresariales innovadores es de vital importancia.
4. Los intereses financieros de la Unión se protegerán de conformidad con los principios generales consagrados en los Tratados de la Unión, en particular los valores del artículo 2 del TUE.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA UE A:

5. Proporcionar un marco adecuado e independiente para la sostenibilidad económica del panorama mediático nacional, en particular ayudas estatales, para apoyar la recuperación de la crisis y garantizar así un sistema de medios de comunicación pluralista a largo plazo. Toda financiación o subvención estatal debe basarse en criterios predeterminados, objetivos y transparentes, independientes de toda influencia política.
6. Examinar otras posibles opciones e incentivos en el plano nacional para facilitar un apoyo adicional a la recuperación del sector de los medios de comunicación.

INVITA A LA COMISIÓN EUROPEA A:

7. Mitigar los efectos negativos de la pandemia en el sector de los medios de comunicación (en particular, para el pluralismo de estos) complementando los esfuerzos nacionales en materia de ayudas estatales y creando sinergias eficaces entre las iniciativas europeas, incluido el MFP, el instrumento de recuperación «Next Generation Europe» y otros programas pertinentes de la UE, según proceda.
8. Informar a las partes interesadas sobre las oportunidades de financiación de la UE pertinentes para el sector creativo y de los medios de comunicación a través de un portal en línea a escala de la UE.
9. Evaluar constantemente las normas sobre ayudas estatales y garantizar la correcta aplicación de las normas de la UE aplicables a las ayudas estatales en el sector de los medios de comunicación.
10. Con el fin de facilitar el apoyo de las autoridades nacionales, evaluar la aplicación de las normas sobre ayudas estatales al sector de la prensa con vistas a realizar las adaptaciones adecuadas, por ejemplo en el marco del Reglamento de Exención por Categorías. Esas normas no deben en ningún caso permitir ni justificar ninguna interferencia directa o indirecta del Estado en la independencia editorial de los medios de comunicación.
11. Reforzar la resiliencia del sector de los medios de comunicación, al que la crisis ha afectado gravemente, estimular su adaptación para hacer frente a la transformación digital y ecológica y fomentar la disponibilidad de contenidos diversos e independientes en un entorno mediático justo y competitivo a través del Plan de acción para los medios de comunicación y audiovisuales.
12. Determinar mejor las responsabilidades de las plataformas en línea en el marco de la norma sobre servicios digitales. Toda nueva obligación específica para las plataformas en línea debe ser adecuada y proporcionada y tener debidamente en cuenta las posibles repercusiones sobre la igualdad de condiciones y la salvaguardia del pluralismo de los medios de comunicación. Los nuevos actos jurídicos horizontales de la UE deben ser coherentes con los instrumentos jurídicos sectoriales en vigor, como la Directiva de servicios de comunicación audiovisual y la Directiva sobre los derechos de autor.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN, DENTRO DE SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIAS Y TENIENDO DEBIDAMENTE EN CUENTA EL PRINCIPIO DE SUBSIDIARIEDAD, A:

13. Garantizar un marco jurídico y económico que permita a los prestadores de servicios de comunicación rentabilizar suficientemente sus contenidos mediante las siguientes medidas:
 - apoyar y estimular el desarrollo de nuevos modelos empresariales sostenibles y colaborativos, en particular para los medios de comunicación locales, regionales y tradicionales;
 - reconocer la importancia de la publicidad para el sector de los medios de comunicación y el papel crucial que desempeña a la hora de garantizar el libre acceso de los usuarios a la información;
 - evaluar la regulación de la publicidad y las medidas conexas de protección de datos en la era digital para garantizar que faciliten la financiación de contenidos mediáticos;
 - llevar a cabo investigaciones sobre la función de la publicidad en línea, el uso de datos, la colaboración en torno a los datos y la innovación en los medios de comunicación;
 - incentivar a las plataformas para que remuneren adecuadamente a los autores y proveedores de contenidos mediáticos por los contenidos que estas rentabilizan y garanticen que respetan los derechos de propiedad intelectual;
 - evaluar la necesidad de facilitar el acceso de los medios de comunicación a las oportunidades de financiación para subsanar las carencias de liquidez y las posibles maneras de hacerlo.

B. Pluralismo

RECONOCE LO SIGUIENTE:

14. La salvaguardia del pluralismo de los medios de comunicación es principalmente competencia de los Estados miembros de la UE, aunque las instituciones de la UE también deben respetar la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación en el ejercicio de sus competencias respectivas. La diversidad de los diferentes paisajes mediáticos nacionales en toda Europa es una expresión importante de la diversidad cultural de sus Estados miembros y debe reconocerse como tal.
15. La libertad de expresión, la libertad de prensa y el pluralismo de los medios de comunicación son valores democráticos de la Unión Europea, tal como se establece en el artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Su protección es uno de los objetivos generales de la reglamentación de los medios de comunicación; son cruciales para el dinamismo de una democracia en la que se respeten esos principios y los derechos fundamentales.
16. El concepto de pluralismo de los medios de comunicación tiene muchos aspectos y abarca todas las medidas que garantizan el acceso a diversas fuentes de información y contenidos y permiten que diversos agentes con opiniones diferentes tengan las mismas oportunidades de llegar al público a través de los medios de comunicación.
17. Para los proveedores de contenidos mediáticos es de suma importancia reducir la distancia entre lo que busca el usuario en línea y los contenidos que puede encontrar. Por lo tanto, una comprensión profunda de la gestión de la información, la indexación de los motores de búsqueda y la correspondencia de palabras clave constituye uno de los conjuntos de competencias fundamentales para los proveedores de contenidos mediáticos en línea.

DESTACA QUE:

18. Vivimos en un sistema híbrido de medios de comunicación (fuera de línea y en línea) en el que todos los tipos de servicios y formas de contenido contribuyen a un panorama mediático pluralista. La información, las noticias y los asuntos de actualidad, así como los contenidos culturales, locales, regionales, educativos y recreativos, son portadores y reflejo de los valores de nuestra sociedad.
19. Un sistema de comunicación dual compuesto por una parte de unos medios de comunicación públicos estables, adecuadamente financiados y orientados al futuro y por otra de medios de comunicación privados tiene el diseño correcto para contribuir al pluralismo de los medios de comunicación. Además, la cantidad creciente de contenidos generados por usuarios también contribuye a la diversidad de contenidos en el ecosistema de los medios de comunicación en línea, pero debe diferenciarse de los contenidos de los medios de comunicación tradicionales.
20. En la economía de plataformas, los importantes efectos de red contribuyen a nuevas formas de concentración del mercado y pueden observarse tendencias a la monopolización, lo que puede tener un efecto negativo en el pluralismo de los medios de comunicación. A los problemas ya existentes de limitación de las capacidades de transmisión se añaden ahora cuestiones relativas a la transparencia, la no discriminación, la facilidad para encontrar y la posibilidad de descubrir.

CONCUERDA EN QUE:

21. Debido a la evolución digital y a la convergencia de los medios de comunicación, el panorama de los medios de comunicación es cada vez más complejo, y los instrumentos para garantizar el pluralismo de los medios de comunicación han de reconsiderarse y redefinirse continuamente. En el contexto actual, la futura política de medios de comunicación debe tener en cuenta las siguientes cuestiones esenciales:

Accesibilidad y no discriminación

- cómo garantizar la presencia (disponibilidad) y facilidad de uso (accesibilidad) de contenidos diversos en línea;
- unas normas no discriminatorias para las plataformas en línea que actúen como guardianes respecto del acceso y la igualdad de trato de los proveedores de contenidos mediáticos;

Transparencia y autonomía del usuario

- unas normas de transparencia para las plataformas en línea que conduzcan a la divulgación de los criterios fundamentales para la agregación, selección y presentación de los contenidos mediáticos y la ponderación de estos, incluida la información sobre el funcionamiento de los algoritmos utilizados, y que respeten al mismo tiempo los secretos comerciales, protejan la integridad de los servicios y tengan en cuenta la normativa vigente, como el Reglamento sobre las relaciones entre las plataformas y las empresas y el RGPD;
- la divulgación de información en un lenguaje sencillo, conciso y comprensible para los usuarios, de modo que puedan tomar decisiones con conocimiento de causa;
- las ofertas de contenidos personalizados deben basarse en criterios que hayan sido facilitados voluntariamente o seleccionados por el usuario para aumentar su autonomía;

Facilidad para encontrar y posibilidad de descubrir

- unos algoritmos que tengan relación con los resultados que el usuario busca de manera activa (facilidad para encontrar) y a los contenidos mediáticos a los que está expuesto de manera pasiva (posibilidad de descubrir), así como el impacto de estos en el consumo de medios de comunicación del usuario;
- medidas tales como unas normas de orientación pluralista con la obligatoriedad de presentación de determinados resultados (mejora de la facilidad para encontrar y de la posibilidad de descubrir) para los agentes que dan acceso a contenidos mediáticos y los organizan, teniendo en cuenta las nuevas tecnologías como los asistentes de voz;
- todo criterio para mejorar la facilidad para encontrar y la posibilidad de descubrir que ofrecen los medios de comunicación debe favorecer el pluralismo y la diversidad cultural y no estar relacionado con el contenido propiamente dicho;

Concentración del mercado de los medios de comunicación y acceso a los datos

- planteamientos para evaluar los mercados de referencia y la concentración del mercado de los medios de comunicación a la luz de la convergencia, la globalización y la digitalización de estos, que tengan en cuenta la importancia de disponer de los datos sobre las cuotas de mercado de los agentes de los medios de comunicación;
- de conformidad con la legislación aplicable en materia de protección de datos, el acceso equitativo de creadores de contenidos, medios de comunicación y reguladores a los datos pertinentes recopilados por los agentes dominantes en el mercado, de modo que puedan dirigirse eficazmente a los públicos y grupos de publicidad pertinentes;
- en relación con la legislación sobre competencia, propiciar la cooperación entre los prestadores de servicios de comunicación — públicos y privados— para formar alianzas con el fin de producir y distribuir satisfactoriamente contenidos mediáticos de interés general sin depender de las grandes plataformas, teniendo muy en cuenta al mismo tiempo las posibles repercusiones en el pluralismo de los medios de comunicación.

OBSERVA QUE:

22. Hay un creciente solapamiento temático de los trabajos del Grupo «Sector Audiovisual» con los de otros grupos, y en consecuencia es necesario garantizar un intercambio suficiente con aquellos que se ocupan de cuestiones relacionadas con los medios de comunicación; Además, es conveniente adaptar el nombre del Grupo «Sector Audiovisual» para reflejar los cambios producidos por la convergencia de los medios de comunicación.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA UE A:

23. Seguir valorando y desarrollando medidas nacionales para evaluar el pluralismo de los medios de comunicación a fin de garantizar que el usuario esté expuesto a diversos contenidos y pueda ejercer plenamente su libertad de expresión y su derecho a la información.
24. Tener debidamente en cuenta lo expuesto en las presentes Conclusiones del Consejo en la futura reglamentación nacional sobre medios de comunicación y en las futuras medidas estratégicas, para salvaguardar adecuadamente el pluralismo de los medios de comunicación.

INVITA A LA COMISIÓN EUROPEA A:

25. Proseguir y seguir desarrollando la investigación para detectar posibles riesgos para el pluralismo de los medios de comunicación y comprender mejor la nueva posición de los medios de comunicación tradicionales respecto de las redes sociales, los motores de búsqueda, las plataformas de distribución de vídeos y otras plataformas de difusión; deben tenerse explícitamente en cuenta los conceptos de las ciencias de la información.
26. Tener en cuenta la competencia de los Estados miembros para adoptar medidas destinadas a alcanzar objetivos sociales, culturales y democráticos, basándose en su diversidad lingüística, sus especificidades nacionales y regionales y su interés en mantener el acceso público a información y contenidos diversos.
27. Fomentar una perspectiva política holística que tenga en cuenta las variables jurídicas, políticas y económicas que sean pertinentes para salvaguardar el pluralismo y la libertad de los medios de comunicación y ser especialmente conscientes de los posibles efectos de iniciativas legislativas que tradicionalmente no se consideran regulación de los medios de comunicación pero tienen importantes repercusiones en el pluralismo de los medios de comunicación; desarrollar este enfoque holístico empezando por el Plan de Acción para la democracia europea, el Plan de Acción para los medios de comunicación y el sector audiovisual y el paquete de la norma sobre servicios digitales.
28. Reforzar la coherencia horizontal del marco regulador, teniendo en cuenta explícitamente y de forma estructural el pluralismo de los medios de comunicación en el proceso legislativo durante la evaluación de impacto de las iniciativas legislativas.

29. Crear un «Foro europeo de medios de comunicación» para debatir anualmente sobre cuestiones actuales de política de medios de comunicación entre todos los interlocutores pertinentes.

C. **Fiabilidad**

ES CONSCIENTE DE LO SIGUIENTE:

30. La desinformación constituye una amenaza para los procesos democráticos, la salud pública y las sociedades y puede fomentar la incitación al odio y la incitación a la violencia en línea y fuera de línea, además de socavar la confianza en las estructuras y procesos democráticos del Estado, que son vitales para garantizar la libertad de prensa y de los medios de comunicación.
31. Es fundamental salvaguardar un sistema mediático fiable, como ha puesto de manifiesto la crisis de la COVID-19, para garantizar que todos los ciudadanos puedan participar en el debate democrático tomando decisiones informadas, libres de influencias políticas, de presión de las políticas de terceros, de injerencias manipuladoras y de los efectos de la desinformación.
32. Los prestadores de servicios de comunicación tradicionales compiten por la atención de los usuarios en las plataformas con otros productores de contenidos que a menudo no respetan las mismas normas editoriales. Se recurre a menudo a contenidos sensacionalistas y provocativos para potenciar al máximo los índices de participación y los ingresos publicitarios.

DESTACA QUE:

33. Salvaguardar el pluralismo de los medios de comunicación también implica garantizar la libertad del usuario de participar en contenidos en línea y reaccionar a ellos sin temor ni riesgo de ser acosado, protegiendo los valores fundamentales de un sistema de medios de comunicación libre, asegurando en particular la protección de la libertad de expresión, la protección frente a la violencia y el odio, la protección de la dignidad humana, la protección de los menores y la protección de los consumidores.
34. Cada vez es mayor la difusión de contenidos procedentes de países europeos o no europeos que incluyen un número creciente de contenidos que violan los valores fundamentales de los sistemas de medios de comunicación europeos y nacionales.
35. Algunas plataformas en línea, originalmente no europeas, influyen cada vez más en el acceso de los usuarios a contenidos mediáticos en toda la UE.

CONCUERDA EN QUE:

36. Resulta difícil hacer cumplir las leyes, toda vez que los procesos existentes de cooperación policial y judicial transfronteriza son a menudo complicados, largos e ineficientes, y no aseguran la protección eficaz de los ciudadanos. Por consiguiente, las autoridades nacionales competentes deben esforzarse por encontrar normas comunes y procedimientos de ejecución más eficaces respecto de los contenidos accesibles en línea y distribuidos a través de las fronteras nacionales.
37. Las plataformas principales que actúan como guardianes ejercen frecuentemente un control «secundario» sobre aquellos contenidos que ya cumplan las normas editoriales y las disposiciones legales aplicables.
38. La distinción entre las diversas manifestaciones de contenidos falsos y engañosos y la detección de los métodos habitualmente utilizados para la difusión de desinformación (por ejemplo, mediante comportamientos no auténticos coordinados) son cruciales para encontrar respuestas adecuadas e individuales.
39. Por lo que se refiere a la importancia de la libertad de expresión, los Estados y las autoridades administrativas y nacionales competentes, así como los proveedores de plataformas privadas, deben abstenerse de definir los contenidos de calidad o determinar la fiabilidad de los contenidos propiamente dichos. Ello no debe impedir que las plataformas promuevan comunicaciones y anuncios públicos en caso de situaciones de crisis o emergencia.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA UE A:

40. Promover la alfabetización mediática, tal como se indica en las Conclusiones del Consejo sobre la alfabetización mediática en un mundo en constante transformación, y apoyar especialmente las acciones nacionales de alfabetización mediática que luchen contra la desinformación, refuercen la resiliencia del público y se dirijan a ciudadanos de todas las edades.

41. Animar a sus autoridades nacionales competentes a cooperar con otras autoridades nacionales competentes, en particular en el marco del Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA), y a evaluar las normas nacionales sobre cooperación jurídica y administrativa, así como la idoneidad de las competencias de las autoridades nacionales independientes responsables de los medios de comunicación para hacer frente a los retos digitales y hacer cumplir la normativa vigente.

INVITA A LA COMISIÓN EUROPEA A:

42. Adoptar las medidas adecuadas sobre la base de evaluaciones previas de la aplicación del Código de buenas prácticas en materia de desinformación y en consonancia con el principio general de libertad de expresión, a fin de detectar las deficiencias existentes y evitar perjuicios públicos contrarrestando las técnicas manipuladoras de difusión de desinformación, en particular en el marco del Plan de Acción para la Democracia Europea previsto.
43. Reforzar la regulación europea de los medios de comunicación con respecto a los nuevos retos digitales, haciendo hincapié en la distribución transfronteriza de contenidos y optimizando los procedimientos y el funcionamiento del principio del país de origen para garantizar que la ejecución transfronteriza de la normativa sobre medios de comunicación proteja de forma eficaz a los usuarios de medios de comunicación, a los consumidores y a los menores.
44. Reforzar el carácter ejecutorio efectivo de las normas vigentes en los asuntos judiciales transfronterizos, apoyar el memorando de entendimiento sobre normas procesales simplificadas para la ejecución transfronteriza elaborado por las autoridades reguladoras nacionales en el marco del ERGA y reforzar el apoyo a la administración, aplicación y promulgación de este acuerdo de cooperación.

INVITA A LOS ESTADOS MIEMBROS Y A LA COMISIÓN, DENTRO DE SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE COMPETENCIAS Y TENIENDO DEBIDAMENTE EN CUENTA EL PRINCIPIO DE SUBSIDIARIEDAD, A:

45. Promover el desarrollo de indicadores estructurales y de procedimiento para la fiabilidad de las noticias y de los medios de comunicación y promover así el cumplimiento de las normas profesionales y deontológicas.
 46. Trabajar con organizaciones de la sociedad civil, investigadores, periodistas profesionales y otros expertos pertinentes para desarrollar herramientas de detección de desinformación (es decir, mediante procesos técnicos de verificación de datos) con el fin de concienciar a los ciudadanos sobre cualquier duda acerca de la fiabilidad de una información concreta.
 47. Apoyar el desarrollo del Observatorio Europeo de los Medios de Comunicación Digitales (EDMO, por sus siglas en inglés) en sus esfuerzos por detectar y exponer campañas de desinformación en diferentes redes sociales y medios digitales, tal como se establece en el Plan de Acción de la UE contra la desinformación.
-

ANEXO

Referencias*Consejo Europeo*

- Conclusiones adoptadas en la reunión extraordinaria del Consejo Europeo de los días 1 y 2 de octubre de 2020 (EUCO 13/20).

Consejo de la Unión Europea

- Conclusiones del Consejo y de los Representantes de los Gobiernos de los Estados Miembros, reunidos en el seno del Consejo, sobre la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación en el entorno digital (DO C 32 de 4.2.2014, p. 6).
- Directrices de la UE sobre derechos humanos relativas a la libertad de expresión en línea o no, aprobadas por el Consejo de Asuntos Exteriores el 12 de mayo de 2014.
- Conclusiones del Consejo sobre el fomento de los contenidos europeos en la economía digital (DO C 457 de 19.12.2018, p. 2).
- Conclusiones del Consejo sobre la alfabetización mediática en un mundo en constante transformación (DO C 193 de 9.6.2020, p. 23).

Comisión Europea

- Media pluralism in the Member States of the European Union, SEC (2007) 32.
- Directrices para el apoyo de la UE a la libertad y la integridad de los medios de comunicación en los países de la ampliación, 2014-2020, DG Ampliación, 2014.
- Assessment of the Code of Practice on Disinformation - Achievements and areas for further improvement [SWD (2020) 180 final].
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Informe sobre el Estado de Derecho en 2020. Situación del Estado de Derecho en la Unión Europea, COM(2020) 580 final.

Comisión Europea/Alto Representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad

- Comunicación conjunta al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: *La lucha contra la desinformación acerca de la COVID-19: contrastando los datos*, JOIN (2020) 8 final.

Consejo de Europa

- Recomendación CM/Rec(2018)1[1] del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la transparencia de la propiedad de los medios de comunicación.
- Recomendación CM/Rec (2018) 2 del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre las funciones y responsabilidades de los intermediarios de internet.
- Declaración del Comité de Ministros sobre la sostenibilidad financiera del periodismo de calidad en la era digital, Decl (13/02/2019) 2.
- Recomendación CM/Rec (2020) 1 del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre el impacto de los sistemas algorítmicos en los derechos humanos.

Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación

- *Competencias de la Unión Europea con respecto al pluralismo y la libertad de los medios de comunicación*, Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación, 2013.
- Parcu, P. L., *New digital threats to media pluralism in the information age*, RSCAS 2019/19, Instituto Universitario Europeo.

- Stasi, M. L., Ensuring Pluralism in Social Media Markets: Some Suggestions, RSCAS 2020/05; Instituto Universitario Europeo.
- Brogi, E., Carlini, R., Nenadic, I., Parcu, P. L., de Azevedo Cunha, M. V., Monitoring Media Pluralism in the Digital Era. *Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania and Turkey in the years 2018-2019*, RSCAS, Instituto Universitario Europeo, 2020.

Otros estudios

- *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach*, K. U. Leuven – ICRI, Jönköping International Business School - MMTC, Universidad Centroeuropea - CMCS, Ernst & Young Consultancy Belgium, 2009.
 - *A free and pluralistic media to sustain European democracy*, Grupo de Alto Nivel sobre Libertad y Pluralismo de los Medios de Comunicación, 2013.
 - *Internal Media Plurality in Audiovisual Media Services in the EU: Rules & Practices* (informe del ERGA), 2018.
 - *Informe del ERGA sobre desinformación: evaluación sobre la aplicación del Código de buenas prácticas* (2020).
-