

La media literacy in Europa. Dalla promozione della digital literacy alla Direttiva sui servizi dei media audiovisivi europei *

Josè Manuel Pérez Tornero, Orlia Paredes e Núria Simelio

* Traduzione a cura di Gianna Cappello.

Abstract

Questo contributo si concentra sulle iniziative e sulle politiche che la Commissione Europea (CE) ha sviluppato in rapporto al nuovo ambiente digitale nel quale i mezzi di comunicazione e informazione hanno causato cambiamenti significativi nell'acquisizione della conoscenza e nell'instaurazione di nuove forme di relazione sociale e di partecipazione pubblica. Queste iniziative hanno caratterizzato le azioni dell'Unione Europea nella promozione della digital e della media literacy come strategia per sviluppare un'economia delle conoscenze competitiva e dinamica.

In questo contributo si riportano le principali iniziative promosse dalla CE: programmi come *Safer Internet*, *e-Learning*, *e-Inclusion* e *MEDIA*; gruppi di esperti per affinare le conoscenze e proporre azioni, l'*High-Level Experts Group* e il *Media Literacy Expert Group*; studi e ricerche come *Promoting digital literacy*, *Understanding digital literacy*, *Public Consultation*, *Current trends and approaches to media literacy in Europe*. Tutti questi sforzi per rendere la media literacy un elemento chiave dello sviluppo della Società dell'Informazione in Europa sono confluiti nella *Direttiva sui servizi dei media audiovisivi europei*, incorporata nella legislazione di tutti i Paesi membri.

Parole chiave: digital literacy, media literacy, iniziative europee, Commissione Europea.

Il riconoscimento della media literacy nella *Direttiva sui servizi dei media audiovisivi europei* (art. 37) è il risultato di un lungo processo nel corso del quale organizzazioni come l'UNESCO e la Commissione Europea (CE) hanno svolto un ruolo cruciale non solo nello sviluppo della dimensione pubblica della media literacy, ma anche nella legittimazione dell'importanza della media education nell'agenda politica.

Il Congresso Internazionale sulla Media Education, tenuto dall'UNESCO in Germania nel 1982, si concluse con la famosa *Dichiarazione di Grünwald sulla Media Education*¹, ratificata dai 19 Paesi partecipanti, fonte originaria di sviluppi futuri. La *Dichiarazione di Grünwald* rappresenta il primo tentativo di chiarire la necessità per i sistemi educativi e politici di promuovere la comprensione e la consapevolezza critica dei cittadini riguardo i media. Diciassette anni dopo, a seguito del rapido sviluppo tecnologico della fine degli anni Novanta, il documento finale Congresso UNESCO di Vienna, intitolato «Educare per i media e per l'era digitale», dichiara che: «La Media Education è parte del diritto fondamentale di ogni cittadino, in ogni paese del mondo, alla libertà di espressione e all'informazione, ed è funzionale alla costruzione e al sostegno della democrazia»². Nel 2002 l'UNESCO promuove a Siviglia lo *Youth Media Education Seminar*³, nel quale si riafferma la componente critica e creativa della media literacy, sottolineando che la media education dovrebbe essere inserita sia nell'educazione formale che in quella informale, a livello individuale e di comunità.

Anche il Parlamento e la Commissione europea hanno giocato un ruolo fondamentale nello sviluppo della media literacy in Europa, spingendo affinché il concetto includesse due dimensioni: la protezione e promozione dei diritti umani, specie riguardo ai minori; e la *raison d'être* sociale ed economica. Il Programma permanente *Safer Internet*⁴, prima tappa di questa politica di protezione, è stato avviato nel 1999 con l'obiettivo di dotare genitori, insegnanti e bambini di strumenti di sicurezza nella Rete. Questo programma riguarda però anche altri media, come i video. Il suo obiettivo è «combattere i contenuti e i comportamenti online pericolosi e illegali», con riferimento particolare ai minori. Anche il Consiglio Europeo di Lisbona⁵ (marzo 2000), sottolinea gli aspetti socio-economici riconoscendo che «l'Unione Europea si trova ad affrontare un salto quantico originato dalla globalizzazione e dalla nuova economia della conoscenza». L'obiettivo strategico è

¹ *International Symposium on Media Education*, Grünwald, Repubblica Federale Tedesca, http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF, sito visitato nel mese di settembre 2010.

² *Vienna Conference «Educating for the Media and the Digital Age», Recommendations addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO)*, 18-20 aprile 1999, <http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=linkdb&main=reconedu.php&>, sito visitato nel mese di settembre 2010.

³ *Recommendations addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO)*, Youth Media Education, Siviglia, 15-16 febbraio 2002, http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=5680&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html, sito visitato nel mese di settembre 2010.

⁴ *The Safer Internet Programme* http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/policy/programme/index_en.htm, sito visitato nel mese di settembre 2010.

⁵ *Consiglio Europeo di Lisbona 23-24 marzo 2000, Conclusioni della Presidenza*, http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm, sito visitato nel mese di settembre 2010.

«diventare l'economia della conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, capace di sviluppare una crescita economica sostenibile, lavori migliori e una maggiore coesione sociale». L'*Iniziativa e-Learning*⁶ fa parte integrante della strategia europea per raggiungere questi obiettivi. Successivamente, il Programma pluriennale *eLearning 2004-2006*⁷ stabilisce che una delle sue priorità è «la lotta al divario digitale». Il piano di azione prevede le seguenti tappe: a) definire la digital literacy; b) identificare e disseminare buone pratiche.

Dal 2000 al 2008, la CE ha avviato diverse iniziative per promuovere la digital literacy tra i Paesi membri: è stato formato un gruppo di esperti per sviluppare queste azioni; sono stati condotti diversi studi i cui risultati hanno gradualmente portato a un cambiamento di strategia della Commissione dalla promozione della digital literacy⁸ al documento *Public policies and stakeholders initiatives in support of Digital Literacy*⁹.

Promuovere la digital literacy

La Commissione Europea ha richiesto l'implementazione di una linea di azione: promuovere la digital literacy all'interno del Programma *e-Learning*. A tal fine è stato commissionato uno studio «per identificare e analizzare un ristretto numero di esperienze innovative e di successo nella promozione della digital e media literacy, specificandone i punti di forza e di debolezza». Il rapporto *Promoting digital literacy. Understanding digital literacy*, realizzato dall'Università Autonoma di Barcellona (UAB), si è concentrato su alcuni aspetti:

a) identificare e analizzare un ristretto numero di esperienze innovative e di successo che hanno contribuito a promuovere la digital e la media literacy; b) identificare e analizzare i punti di forza e di debolezza di queste esperienze; c) offrire delle raccomandazioni per l'implementazione della promozione della digital literacy.

Dopo aver identificato i punti di debolezza nella pratica, nella metodologia e nella promozione della digital literacy, e in vista dell'implementazione di queste strategie per

⁶ Commissione Europea, *e-Learning – Designing tomorrow's education* (COM(2000) 318 final), Bruxelles, 2 maggio 2000, <http://ec.europa.eu/education/programmes/elearning/comen.pdf>, sito visitato nel mese di settembre 2010.

⁷ Commissione Europea, *Proposal for a decision of the European Parliament and of the Council adopting a multi-annual programme (2004-2006) for the effective integration of Information and Communication Technologies (ICT) in education and training systems in Europe (eLearning Programme)* COM(2002) 751 final 2002/0303 (COD) Bruxelles, 19 dicembre 2002, http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/doc/dec_en.pdf, sito visitato nel mese di settembre 2010.

⁸ Pérez Tornero J. M. (2004), *Promoting Digital Literacy. Understanding Digital Literacy*, Rapporto finale EAC/76/03, http://ec.europa.eu/education/archive/elearning/doc/studies/dig_lit_en.pdf, sito visitato nel mese di settembre 2010.

⁹ Commissione Europea e DTI (2009), *EU Digital Literacy Review. Public policies and stakeholder initiatives*, <http://www.epractice.eu/en/library/332834>, sito visitato nel mese di settembre 2010.

sviluppi futuri, lo studio suggerisce la necessità di adattare le azioni ai diversi contesti educativi e ai diversi soggetti interessati, nella prospettiva di una riduzione del divario digitale in Europa. Tutto questo conduce a un nuovo concetto le cui caratteristiche delineano un'idea di literacy non solo digitale, ma anche culturale, multicomprendensiva e complessa, umanistica, più vicina ai cittadini.

Infine, lo studio individua i seguenti fattori cruciali per superare gli ostacoli che impediscono un pieno sviluppo della cultura digitale.

- *Il contesto*: stabilire su quali aree sociali e geografiche deve concentrarsi il tema della cultura digitale, con quali priorità e sforzi, e come ciò deve essere implementato.
- *La rilevanza, la motivazione e il coinvolgimento*: identificare strategie per aumentare il coinvolgimento del pubblico e suscitare una motivazione positiva.
- *La consapevolezza critica e la partecipazione*: creare piattaforme per incrementare la partecipazione e la co-responsabilità tra il pubblico in generale e il sistema industriale delle ICT.
- *L'educazione e la tutela*: fornire sistemi di supporto e tutoraggio di tutte le iniziative che promuovono le ICT, specie per gruppi specifici come le persone svantaggiate.
- *L'equità e la solidarietà*: le azioni dovrebbero contribuire a garantire un accesso equo alle ICT a tutti i settori della società. I settori più avanzati dovrebbero sostenere e rafforzare quelli più deboli lavorando con loro per soddisfarne i bisogni e le richieste.
- *L'innovazione istituzionale e culturale*: i governi, i sistemi educativi, le imprese e le istituzioni devono rinnovarsi per trarre vantaggio dagli sviluppi delle ICT, e al tempo stesso devono contribuire all'espansione e alla crescita delle ICT in tutte le aree della società, ciascuno dalla propria specifica posizione.

Il gruppo di esperti di alto livello sulla digital literacy

Le iniziative *i2010* ed *e-Inclusion* 2008¹⁰ prevedono che la Commissione Europea istituisca un gruppo di esperti di alto livello sulla digital literacy¹¹ con il compito di fornire la loro expertise e guida circa le politiche sulla digital literacy da adottare nella Comunicazione della Commissione sulla *e-Inclusion*. Gli esperti, provenienti dal mondo dell'industria, dell'università e della società civile, sono stati quindi invitare a

¹⁰ La Commissione ha pubblicato l'8/11/2007 la Comunicazione *European i2010 initiative on e-Inclusion to be part of the information society*, http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/policy/i2010_initiative/index_en.htm, sito visitato nel settembre 2010.

¹¹ *Digital Literacy: High-Level Expert Group Recommendations*, http://ec.europa.eu/information_society/europe/i2010/docs/digital_literacy/digital_literacy_hlg_recommendations.pdf, sito visitato nel settembre 2010.

commentare i risultati della *Digital Literacy Review* che la Commissione ha prodotto per effetto del suo impegno dopo la Dichiarazione di Riga nel 2006¹².

Gli esperti hanno suggerito le seguenti raccomandazioni per le politiche di digital literacy:

- A livello di contesto, adattare le iniziative ai contesti socioeconomici locali
- Sostenere campagne di sensibilizzazione (specie per i gruppi più svantaggiati)
- Usare contesti (e piattaforme) di apprendimento formale e informale; usare intermediari appropriati per motivare ed educare gruppi e singoli individui a generare propri contenuti
- Sostenere lo sviluppo di contenuti e servizi diretti a utenti emarginati
- Concentrarsi sullo sviluppo delle capacità critiche, creative e culturali degli utenti
- Sviluppare e applicare apparati di valutazione e misurazione dell'impatto
- Proporre strategie atte a favorire le sinergie e le collaborazioni tra le autorità pubbliche, la società civile e l'industria dei media; coinvolgere il settore privato.

Durante la Conferenza Ministeriale e l'Expo *e-Inclusion* (Vienna 2008), il Direttorato Generale su *Information Society and Media* ha presentato i risultati della *Digital Literacy Review* promossa dalla Commissione Europea, come pure le suddette Raccomandazioni, affermando nelle conclusioni che «La digital literacy rimane la sfida principale per cui occorre un sempre maggiore impegno per sostenere i gruppi svantaggiati, in particolare gli over 55 [...]. Sembra stia emergendo un divario digitale secondario in relazione alla qualità degli usi come pure nuove esigenze per aumentare i livelli di confidenza e fiducia nelle transazioni online e nell'uso delle ICT per l'educazione permanente di tutti».

A livello legislativo, nel settembre 2006, il Consiglio Europeo ha pubblicato la Raccomandazione su *Empowering Children in the New Information and Communications Environment*¹³, adottata dal Consiglio dei Ministri nel corso del 974esimo incontro dei Rappresentanti dei Ministri. La Raccomandazione sollecita i Paesi membri a favorire la familiarizzazione dei bambini con il nuovo ambiente digitale¹⁴. Una nuova

¹² Commissione Europea, *Digital Literacy European Commission working paper and Recommendations from Digital Literacy High-Level Expert Group*, e-Inclusion Ministerial Conference & Expo, 30 novembre-2 dicembre 2008, http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/docs/digital_literacy/digital_literacy_review.pdf, sito visitato nel settembre 2010. (Questo Rapporto raccoglie i risultati della Rassegna sulla digital literacy che la Commissione ha promosso dopo gli impegni presi con la Dichiarazione di Riga del 2006 e la Comunicazione sulla e-Inclusion del 2007 (COM(2007) 694 final).

¹³ Consiglio d'Europa, *Recommendation Rec(2006)12 of the Committee of Ministers to member states on empowering children in the new information and communications environment*, 27 settembre, 2006, http://portal.unesco.org/ci/en/files/25152/11861425271Recommendation_Rec%282006%2912.pdf/Recommendation%282006%2912.pdf, sito visitato nel settembre 2010.

¹⁴ Il Consiglio d'Europa ha pubblicato la guida *Internet Literacy Handbook*, rivolta a genitori, insegnanti e ragazzi, http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/internetliteracy/hbk_en.asp, sito visitato nel settembre 2010.

Raccomandazione del Parlamento Europeo e del Consiglio sulle competenze chiave per l'educazione permanente (18 dicembre 2006)¹⁵ specifica quali abilità dovrebbero essere sviluppate: competenza digitale (uso critico della tecnologia), competenza civica e sociale (dotare i soggetti degli strumenti necessari per svolgere un ruolo attivo e democratico nella società), consapevolezza critica e competenza creativa (i soggetti dovrebbero essere capaci di valutare l'espressione creativa delle idee e delle emozioni diffuse dai media). Lo stesso anno, il Parlamento Europeo e il Consiglio pubblicano la *Raccomandazione 2006/952 sulla protezione dei minori e della dignità umana* (20 dicembre 2006)¹⁶, nella quale si sottolinea l'importanza della formazione degli insegnanti nel campo della media literacy; dell'introduzione della media literacy nei curricula scolastici sia per proteggere i bambini che per promuovere l'uso responsabile dei media tra tutti gli utenti. Tutte queste iniziative hanno favorito lo sviluppo di una politica europea sulla media education (e la media literacy).

Parallelamente, per quanto riguarda in particolare la media literacy, la Commissione Europea ha istituito l'*EU Media Literacy Expert Group*¹⁷, formato da esperti provenienti da background diversi che riflettono la posizione dell'industria e della ricerca rispetto alla media literacy. Scopo principale del gruppo è analizzare e definire gli obiettivi e le tendenze della media literacy, individuare e diffondere le migliori pratiche a livello europeo, proporre le azioni future per promuovere la media literacy.

Sulla base dei risultati raggiunti da questo gruppo di esperti, la Commissione Europea ha avviato una *Consultazione Pubblica*¹⁸, ovvero un questionario per raccogliere le opinioni del pubblico sulla media literacy rispetto alla digital literacy, come pure informazioni sulle iniziative condotte nel campo dei media commerciali, del cinema e della Rete. Le risposte raccolte hanno evidenziato che il modo migliore per velocizzare lo sviluppo in questo campo è di disseminare le buone pratiche di media literacy condotte a livello regionale e nazionale. «È anche emerso che mancano i criteri o gli standard per valutare la media literacy e che non vi sono buone pratiche su tutti gli aspetti della media literacy.

¹⁵ Commissione Europea, *Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning*, (2006/962/EC), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:en:PDF>, sito visitato nel settembre 2010.

¹⁶ Parlamento Europeo, *Recommendation 2006/952/EC of the European Parliament and of the Council of 20 December 2006 on the protection of minors and human dignity and on the right of reply in relation to the competitiveness of the European audiovisual and on-line information services industry* [Gazzetta Ufficiale L 378 del 27.12.2006], http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24030a_en.htm, sito visitato nel settembre 2010.

¹⁷ http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/expert_group/index_en.htm, sito visitato nel settembre 2010.

¹⁸ Commissione europea, *Making sense of today's media content: Commission begins public media literacy consultation*, Bruxelles, 6 ottobre 2006, http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/consultation/index_en.htm. Si veda anche il *Rapporto sui risultati della consultazione pubblica sulla media literacy*, http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf, siti visitati nel settembre 2010.

Di conseguenza, la Commissione sente il bisogno urgente di promuovere ricerche a più lungo termine e raggio per arrivare a individuare nuovi criteri di valutazione e nuove buone pratiche» (p. 5).

Nella seconda metà del 2007, la Commissione ha incaricato la UAB di condurre uno studio su *Current trends and approaches to media literacy in Europe*¹⁹. Lo studio traccia una mappa delle pratiche in atto nell'implementazione della media literacy in Europa, conferma i risultati della consultazione suddetta e raccomanda alcune misure da adottare per aumentare la diffusione della media literacy in Europa. Individua anche il possibile impatto economico e sociale dell'intervento comunitario in questo campo.

Le tendenze individuate sono: a) la convergenza mediale come realtà pervasiva in tutta Europa; b) la preoccupazione crescente circa la protezione dei minori, soprattutto i bambini; c) la consapevolezza critica dell'intera cittadinanza; d) la presente crescente della media literacy nei curricula scolastici; e) un'industria dei media più attenta e responsabile; f) la partecipazione attiva delle associazioni civili (di genitori e insegnanti); g) la partecipazione delle istituzioni europee e la nascita di organismi regolatori.

Per quanto riguarda le difficoltà cui va incontro la media literacy, lo studio individua: a) la mancanza di visioni, obiettivi, concetti, metodi, ricerche e valutazioni comuni; b) la presenza di barriere culturali che impediscono l'innovazione in alcune regioni, come pure la mancanza di un coordinamento tra le diverse parti coinvolte, sia a livello nazionale che europeo. Come risposta a questi problemi, lo studio propone alcune raccomandazioni per la promozione della media literacy: a) la relazione tecnologia-innovazione come sistema per favorire una consapevolezza sulle tecnologie mediali; b) la promozione della creatività; c) campagne di sensibilizzazione al senso critico; d) maggiori investimenti nella ricerca; e) istituzione di autorità regolatrici; f) istituzione di politiche pubbliche per far sì che tutta la popolazione partecipi ai benefici e alle responsabilità della Società dell'Informazione.

Un'altra iniziativa europea significativa è il *Programma MEDIA 2007*²⁰, con il quale si sottolinea l'importanza della media literacy, e in particolare le attività educative riguardanti il cinema, come i festival (in cooperazione con le scuole) che coinvolgono i giovani e i ragazzi.

A seguito di queste iniziative, il 20 dicembre del 2007, la Commissione ha rivolto al Parlamento Europeo la Comunicazione *A European approach to media literacy in the digital environment*²¹, basata sulle conclusioni raggiunte dal Media Literacy Expert

¹⁹ Pérez Tornero J.M. e Celot T. (2007), *Current trends and approaches to media literacy in Europe*, EC, http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/studies/index_en.htm, sito visitato nel settembre 2010.

²⁰ Decisione n. 1718/2006/EC del Parlamento Europeo e del Consiglio (15 novembre 2006) sull'implementazione di un programma di sostegno al settore audiovisivo europeo (MEDIA 2007), http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/l_327/l_32720061124en00120029.pdf sito visitato nel settembre 2010.

²¹ Commissione Europea, *A European approach to media literacy in the digital environment*, Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e sociale e al Comitato delle Regioni, COM(2007) 833 finale, Bruxelles, 12 dicembre 2007, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0833:FIN:EN:PDF>, sito visitato nel settembre 2010.

Group dopo la Consultazione Pubblica, e sulle iniziative, correnti e passate, condotte dalla Commissione sulla media literacy. Questa Comunicazione stabilisce un concetto più preciso di media literacy che include tutti gli aspetti principali che la Commissione Europea e i Paesi membri dovrebbero coprire riguardo alla media literacy.

Il 16 dicembre 2008 il Parlamento Europeo ha adottato la Risoluzione²² sul *Report of Media literacy in a digital world*²³, nella quale si richiede che tutti i Paesi membri diano sistematica attenzione allo sviluppo della media literacy. Il Parlamento «approva la Comunicazione della Commissione COM(2007)

0833 sullo stesso tema. Tuttavia, ritiene che vi siano margini di miglioramento in quanto l'approccio europeo alla media literacy dovrebbe essere più definito, soprattutto riguardo all'inclusione dei media tradizionali e al riconoscimento dell'importanza della media education». Esorta inoltre la Commissione a richiedere che le autorità regolatrici delle comunicazioni audiovisive ed elettroniche cooperino per il miglioramento della media literacy; riconosce l'esigenza di sviluppare dei codici di condotta nazionali; spinge la Commissione a sviluppare un indicatore di media literacy nella prospettiva di favorirne una maggiore diffusione in tutta Europa; infine, esorta la Commissione a diffondere le sue politiche di promozione della media literacy, a lavorare con le autorità locali, regionali e nazionali, ad intensificare la cooperazione con l'UNESCO e con il Consiglio d'Europa.

Il Parlamento esorta ancora la Commissione a sviluppare un piano di azione sulla media literacy e a organizzare un incontro con il *Committee on Audio-Visual Media Services* in modo da facilitare lo scambio di informazioni e la cooperazione su base regolare.

La Direttiva sui servizi audiovisivi europei

Tutti questi sforzi per rendere la digital e la media literacy un elemento chiave dello sviluppo della Società dell'Informazione in Europa convergono nella promulgazione della *Direttiva sui servizi audiovisivi europei*²⁴, incorporata nel dicembre 2009 nei sistemi legislativi di tutti i Paesi membri dell'UE, con la quale per la prima volta si introduce l'esigenza di promuovere la media literacy nella regolamentazione dei sistemi audiovisivi.

Questa Direttiva è destinata a diventare uno degli strumenti principali delle politiche medial in Europa in quanto l'art. 37 istituzionalizza la media literacy come una delle misure da sostenere con forza. La media literacy diventa quindi un elemento vitale della

²² Parlamento europeo, Osservatorio legislativo, <http://www.europarl.europa.eu/oeil/FindByProcnum.do?lang=en&procnum=INI/2008/2129>, sito visitato nel settembre 2010.

²³ Commissione europea, *Report on media literacy in a digital world (2008/2129(INI))*, Comitato Cultura e Istruzione (Session Document) 24 novembre 2008, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A6-2008-0461&language=EN>, sito visitato nel settembre 2010.

²⁴ *Direttiva sui media audiovisivi 2007/65/EC del Parlamento e del Consiglio*, 11 dicembre 2007, http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index_en.htm, sito visitato nel settembre 2010. (Questa Direttiva sostituisce la Direttiva Televisione senza frontiere, DTVSF 89/552/EC).

regolamentazione dell'industria audiovisiva europea e viene definita in maniera un po' meno dettagliata che in passato: «Comprende tutte quelle abilità, la conoscenza e la comprensione necessarie ai consumatori per usare i media in modo efficace e sicuro». La Direttiva dimostra di essere innovativa in quanto sottolinea le capacità creative e critiche dell'utenza, come pure l'importanza che questa operi scelte informate e tragga il massimo vantaggio dall'uso delle nuove tecnologie. Nella Direttiva si sostiene che una persona media-literata non è un consumatore passivo di programmi, ma piuttosto un soggetto in grado di selezionare attraverso scelte informate quello che vuole consumare.

Inoltre, la Direttiva sottolinea la funzione protettiva della media literacy ed esorta tutti i Paesi membri a «promuovere lo sviluppo della media literacy in tutti i settori della società e a monitorare attentamente i progressi», rafforzando così l'idea che la media literacy non è responsabilità soltanto dell'educazione formale ma anche dell'industria dei media, dei professionisti, delle autorità regolatrici, delle famiglie.

In conclusione, si può dire che gli ultimi dieci anni sono stati particolarmente favorevoli allo sviluppo delle politiche europee sulla media literacy. Nel corso di questi anni la Commissione Europea ha fissato le basi filosofiche e legali del suo sviluppo, sia in Europa che nei Paesi membri. Pertanto, ci si aspetta che nei prossimi anni le politiche sulle comunicazioni e sull'educazione di ciascun Paese sappiano come promuovere adeguatamente lo sviluppo della media literacy nella loro popolazione stimolando così una media literacy universale.