

VALOR SOCIAL Y NECESIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA DE NAVARRA

REFLEXIÓN Y PROPUESTA DE LA COMISIÓN DE TRABAJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL CONSEJO NAVARRO DEL EUSKERA

Pamplona, 28 de junio de 2024

Índice

PREÁMBULO	2
1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PROXIMIDAD, CLAVES PARA GARANTIZAR LA DEMOCRACIA	3
2. MEDIDAS ADOPTADAS POR EL PARLAMENTO EUROPEO	3
3. REVITALIZACIÓN DEL EUSKERA EN NAVARRA	5
4. EL VALOR SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA	6
5. LA REALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE NAVARRA EN EUSKERA	11
6. LA TRANSICIÓN DIGITAL: MOMENTO DE RECONVERSIÓN SECTORIAL	18
7. EN UNA ENCRUCIJADA: NECESIDAD DE UNA APUESTA DECIDIDA	23
8. RETORNO ECONÓMICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA	23
9. CONCLUSIONES FINALES	24
BIBLIOGRAFIA	25

PREÁMBULO

Este informe ha sido elaborado por la COMISIÓN DE TRABAJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN dentro del CONSEJO NAVARRO DEL EUSKERA, tras un proceso de reflexión realizado entre marzo y junio de 2024¹. Se ha analizado el valor social, la situación actual y el futuro de los medios de comunicación en euskera. En la misma han participado representantes del Consejo y del sector de los medios de comunicación en euskera. Así mismo, también se ha invitado a la reflexión a diferentes especialistas, como Eneko Bidegain (investigador de Mondragon Unibertsitatea), Javier Errea (director de la agencia de asesoramiento Errea), Libe Mimentza (investigadora de Behategia- Observatorio de los Medios de Comunicación en Euskera) y Josu Aztiria (coordinador de Inteligencia Artificial de Elhuyar). En el informe se recogen las principales conclusiones de la reflexión de esta comisión de trabajo.

Habida cuenta de que el CONSEJO NAVARRO DEL EUSKERA es el órgano consultivo del Gobierno de Navarra en materia de política lingüística, el informe tiene por objeto proporcionar datos y criterios actualizados y contrastados para el eficaz cumplimiento de las obligaciones que la [Ley Foral 18/1986](#)¹ establece respecto a los medios de comunicación en euskera.

En efecto, la Ley Foral 18/1986, del Euskera, en su Título III, recoge en el artículo 27 la obligación de subvencionar a los medios de comunicación en euskera.

TÍTULO III. MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 27.

1. Las Administraciones Públicas promoverán la progresiva presencia del euskera en los medios de comunicación social públicos y privados.

A tal fin, el Gobierno de Navarra elaborará planes de apoyo económico y material para que los medios de comunicación empleen el euskera de forma habitual y progresiva.

2. En las emisoras de televisión y radio y en los demás medios de comunicación gestionados por la Comunidad Foral, el Gobierno de Navarra velará por la adecuada presencia del euskera.

Dado que el contexto del euskera y de los medios de comunicación está en constante cambio, el cumplimiento efectivo hoy en día de la Ley Foral 18/1986 exige tener en cuenta el proceso de digitalización, la especial naturaleza de los medios de comunicación en euskera y la actual situación sociolingüística de Navarra. Este informe es una reflexión compartida sobre dichos factores, a partir de la cual se proponen medidas concretas para reforzar y activar la función social de los medios de comunicación en euskera.

¹ El Consejo Navarro del Euskera, en reunión celebrada el 24 de junio de 2025, aprobó este documento y su publicación en la página web de Euskarabidea – Instituto Navarro del Euskera.

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PROXIMIDAD, CLAVES PARA GARANTIZAR LA DEMOCRACIA

En el actual contexto globalizado de la sociedad, los medios de comunicación contribuyen a preservar la identidad cultural y lingüística de los territorios. Conscientes de todo ello, los estados europeos ya han comenzado a tomar medidas en favor de los medios de comunicación de proximidad. Estas medidas son todavía más necesarias en el caso de los medios que trabajan en lenguas minorizadas.

En estos momentos, los medios de comunicación en euskera constituyen una herramienta fundamental para reforzar la situación de esta lengua en Navarra, entre otras razones, porque contribuyen a su integración en la vida cotidiana de la ciudadanía y a la cohesión de la comunidad lingüística. Difícilmente podrá prosperar el euskera en Navarra si no cuenta con el respaldo y la activación de una potente red de medios de comunicación que cumplan estas funciones.

Más allá del lenguaje, los estudios señalan que los medios de comunicación de proximidad son claves para garantizar la democracia^{2,3,4,5}. En este sentido el Parlamento Europeo, reconociendo el papel esencial de los medios en cualquier democracia y considerándolos indispensables para promover la resiliencia e inclusividad de la sociedad, [aprobó por unanimidad en 2021 un plan de acción para apoyar a los medios de comunicación europeos](#)⁶. En este plan, además, se insta expresamente a todos los Estados miembros de Europa a que subvencionen los medios que generan contenidos en lenguas regionales y minorizadas.

Ciertamente estos medios son claves para la democracia, pero se encuentran ante el mayor cambio al que se han tenido que enfrentar en su historia: están inmersos en una complicada transformación digital, los modos de consumo han cambiado radicalmente en pocos años y los modelos de negocio existentes hasta ahora ya han llegado a su fin. El sector se enfrenta a una gran crisis.

Los medios de comunicación en euskera de Navarra también se encuentran en una difícil encrucijada: salir de la precariedad y tomar el camino de la digitalización, o caer en la brecha que se está generando entre los medios más potentes y los más pequeños. Están en juego los principios básicos de la democracia y el propio euskera.

No se puede olvidar que los medios de comunicación en euskera son empresas y entidades sin ánimo de lucro. Es más, todos ellos son medios de comunicación comunitarios, contruidos desde la iniciativa social y con el compromiso de la ciudadanía. Se trata de un fenómeno singular y único en toda Europa que debe ser preservado como una herramienta muy potente para la cohesión social.

2. MEDIDAS ADOPTADAS POR EL PARLAMENTO EUROPEO

En esta crisis de los medios está en juego la democracia. Existe una creciente conciencia a nivel internacional sobre el papel esencial de los medios de comunicación de proximidad y esto es también lo que demuestran diversos estudios^{2,3,4,5}. La percepción de la ciudadanía europea va también en la

misma dirección: se considera que los medios de comunicación de proximidad, además de ofrecer información general, [son instrumentos necesarios para promover la integración social y la democracia](#)⁷ y se reconoce que, asimismo, contribuyen a dar voz a la sociedad, generar sentimiento de pertenencia, dar a conocer el funcionamiento del municipio y conformar la memoria local.

En Europa, históricamente, se ha visto con reticencias la financiación pública de los medios de comunicación, en la creencia de que puede poner en peligro la independencia editorial y la libertad de prensa. Ahora, sin embargo, la mirada ha variado totalmente. A la vista de su importancia como garantes de la democracia, siendo conscientes del problema que generan las informaciones falsas, de la situación derivada por la digitalización, de los nuevos hábitos de consumo y del aumento global de los precios en el sector, se ha fijado como objetivo prioritario el apoyo decidido a estos medios.

[A instancias de la Comisión Europea](#)⁸, [el Parlamento Europeo aprobó por unanimidad en 2021 el Plan de acción para impulsar la recuperación y transformación de los medios de comunicación europeos durante la Década Digital](#)⁹, según el cual, la Unión Europea está viviendo un momento histórico para el desarrollo de políticas que apoyen al sector de los medios de comunicación. Es evidente que el sector se enfrenta a grandes retos, por ello el Parlamento ha considerado fundamental adoptar medidas para reequilibrar el ecosistema de los medios de comunicación.

Asimismo, advierte que los medios de comunicación pequeños no pueden competir con los grandes y pide a los Estados miembros de Europa [que subvencionen los medios de comunicación que generan contenidos en lenguas regionales y minorizadas](#)⁶.

La Conferencia del Consejo de Europa también manifestó, en octubre de 2023, su preocupación por los pequeños medios de comunicación de proximidad. Según el Consejo de Europa, el declive de los medios de proximidad ocasionado por la crisis económica y la digitalización, puede comprometer el papel de estos medios en la democracia a nivel municipal y regional, así como su función en la cohesión de estas comunidades. Asimismo, presta especial atención a los desiertos mediáticos que están surgiendo y advierte del riesgo de que las comunidades rurales y las socioeconómicamente desfavorecidas acaben convirtiéndose en desiertos en lo que a medios de comunicación de proximidad se refiere.

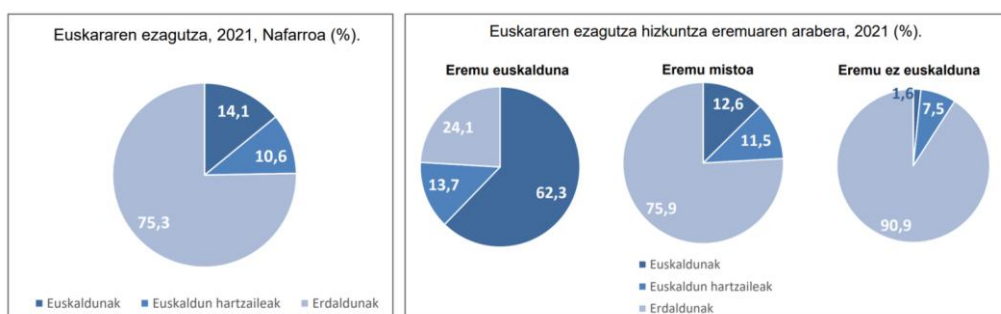
Ante ello, [la resolución del Consejo de Europa insta a las instituciones públicas locales y regionales de los Estados europeos a que adopten medidas de apoyo a los medios de comunicación de proximidad](#)⁹. Les pide, entre otras cosas, apoyo económico, medidas para garantizar la independencia y campañas de concienciación sobre la importante función social que cumplen estos medios. Según el Consejo de Europa, la publicidad institucional es otra de las vías que pueden utilizar los gobiernos y las entidades locales para ayudar a los medios y les pide a estas entidades públicas que actúen con transparencia.

3. REVITALIZACIÓN DEL EUSKERA EN NAVARRA

[Según los datos de la Encuesta Sociolingüística de 2021](#)¹⁰, en los últimos 5 años, el conocimiento de euskera en Navarra ha aumentado 1,5 puntos. En 2016, el 12,9 % de las personas navarras de 16 años y mayores era vascohablante y el 10,3 % era vascohablante receptor. En 2021, un 14,1 % es vascohablante y un 10,6 % es vascohablante receptor. El conocimiento de euskera se ha incrementado, sobre todo, entre las y los menores de 50 años. Actualmente, el 24,7 % de la ciudadanía navarra tiene algún conocimiento de euskera, mientras que el 75,3 % restante no lo conoce.

Por comarcas, el conocimiento del euskera varía sustancialmente de norte a sur. Atendiendo a los ámbitos lingüísticos que delimita la Ley Foral 18/1986, del Euskera: en la zona vascófona el 75,9 % tiene algún conocimiento del euskera, en la zona mixta el 24,1 % y en la zona no vascófona el 9,1 %.

Gráfico 1. Conocimiento de euskera en Navarra por ámbito lingüístico. 2021 (%).



Fuente: VI Encuesta Sociolingüística, 2021.

A pesar del creciente peso demográfico del conjunto de personas que conocen el euskera, según la [Medición a pie de calle del uso de las lenguas de 2021](#)¹¹, el uso del euskera en la calle ha descendido en los últimos cinco años, y en este momento es del 5,9 %. El estudio extrae conclusiones significativas: en los ámbitos donde el dominio del euskera es minoritario, a las personas vascohablantes no les es fácil encontrar situaciones para hablar en euskera. No se dan las condiciones mínimas para que las tareas principales de la vida personal y social se realicen en esta lengua.

El informe destaca que “el uso del euskera está condicionado, por un lado, por su situación de lengua minorizada, ya que las condiciones legales, políticas, sociales y culturales influyen en la elección de una u otra lengua por parte de los hablantes bilingües. Por otro lado, el uso del euskera está condicionado por la situación de minorización de los propios hablantes, ya que los vascohablantes necesitan interlocutores que también hablen euskera para poder utilizar la lengua”.

Este condicionamiento del uso del euskera afecta notablemente a la situación del euskera en Navarra. De hecho, la mayoría de las y los navarros vascohablantes viven en zonas donde la densidad de vascohablantes es baja: en la zona vascófona residen 37.438 navarros y navarros con buen conocimiento del euskera; el resto de los vascohablantes residen fuera de la zona vascófona: 83.623

en la zona mixta y 13.557 en la zona no vascófona. En la zona mixta y no vascófona la densidad de euskaldunes es baja: en la zona mixta representan el 12,6 % de la población y en la zona no vascófona el 1,6 %. Así pues, **el poder utilizar el euskera resulta difícil para el 72 % de las y los vascohablantes de Navarra.**

Si bien para dar pasos en la normalización del euskera es necesario adoptar medidas en la Educación reglada, Pero también hay que dotar de otros recursos a este colectivo cada vez más significativo demográficamente: se necesitan medios de comunicación que pongan el euskera presente en su día a día, que cohesionen la comunidad vascohablante y que contribuyan a aumentar su densidad relativa, para que puedan comunicarse entre sí en euskera. De lo contrario, pueden resultar inútiles todos los esfuerzos y avances realizados en Educación.

4. EL VALOR SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA

Los medios de comunicación son estratégicos para dar un salto cualitativo en la normalización del euskera y, en este momento, también son claves. A continuación, se detalla el valor social de los medios de comunicación, para visibilizar su potencialidad tanto para la normalización del euskera como para el fomento de la democracia.

4.1. DEMOCRACIA Y JUSTICIA SOCIAL

La actividad del sector de los medios de comunicación tiene un alto valor social en cualquier sociedad democrática, en la medida en que garantiza la información, la transparencia y la libertad de expresión, y fomenta el pluralismo y el desarrollo social. Todo ello es imprescindible para asegurar un funcionamiento saludable de la democracia.

A nivel internacional, cada vez hay más conciencia de que los medios de comunicación de proximidad son los que tienen un gran potencial para garantizar la democracia social. “Si las democracias locales son la piedra angular de las sociedades democráticas, los medios locales y regionales constituyen la base de un paisaje mediático sano y pluralista”, tal y como señala el informe de la Conferencia del Consejo de Europa de octubre de 2023.

Según el estudio "Local News Partnership" realizado por la BBC, tienen capacidad para fiscalizar a las autoridades locales, proporcionan información relevante sobre temas regionales y ofrecen una plataforma para la diversidad de opiniones de la región. La investigación concluye que, gracias a esa capacidad de promover la participación ciudadana y vertebrar la comunidad, son fundamentales para la cohesión social.

Pero existen también otras funciones sociales que desempeñan los medios de comunicación en euskera, [según investigaciones realizadas por investigadores de Mondragon Unibertsitatea, de la Universidad del País Vasco y de la Universidad de Deusto](#)^{12,13}, puesto que, además de ser una herramienta natural para la comunicación de los vascohablantes, tienen muchos componentes valiosos

para la revitalización del euskera. En los dos siguientes apartados se desgranar los resultados de esta investigación.

4.2. UNA HERRAMIENTA VALIOSA PARA LA NORMALIZACIÓN DEL EUSKERA

Son un instrumento de cohesión para la comunidad lingüística

Entre los medios de comunicación en euskera se podría diferenciar entre los que abarcan la totalidad del territorio de uso de esta lengua (medios de comunicación de proximidad) y los que operan a nivel municipal o comarcal (medios de comunicación locales). Todos ellos, sin embargo, comparten una característica común: la gran cercanía con la comunidad a la que ofrecen sus servicios. Los medios locales, por ejemplo, difunden noticias de su entorno más cercano y dan voz a los diferentes agentes y asociaciones, así como a la propia ciudadanía para que expresen su opinión sobre temas locales. Se convierten así en puntos de encuentro y contribuyen a generar un fuerte sentimiento de pertenencia a un grupo y a una comunidad. Por tanto, además de lograr la cohesión de la comunidad lingüística, son instrumentos valiosos para la cohesión territorial.

Son un medio de acceso al euskera para quienes no lo conocen

En los lugares en los que los medios de comunicación en euskera tienen un peso importante, los medios locales son una vía para atraer a la población que desconoce la lengua. Son un poderoso recurso que no se puede despreciar de cara al proceso de normalización del euskera. Así lo reconocen todas las políticas lingüísticas: el ámbito de los medios de comunicación es estratégico en cualquier planificación para la extensión del uso social de una lengua.

Crean referentes vascohablantes

En relación con la cohesión comunitaria, también cabe destacar la contribución de estos medios a la creación de referentes vascohablantes, teniendo en cuenta que en las redes sociales que actualmente consume la sociedad y en muchos de los “inputs” informativos que recibe, los referentes que aparecen generalmente no son hablantes de euskera.

Vertebbran la comunidad en euskera en las zonas de baja densidad de población vascohablante

En zonas urbanas y en zonas en las que la población vive muy diseminada, ayudan a la ciudadanía a identificar las asociaciones, agentes sociales y comercios en los que pueden expresarse en euskera. De alguna manera, ayudan a que la comunidad vascohablante se conozca y se relacione creando contextos de interacción social que permitan el uso de la lengua minoritaria.

Cambian la percepción social del euskera

Las personas vascohablantes han sido objeto de prejuicios y estereotipos, lo que dificultaba la normalización del euskera. Los medios de comunicación en lengua vasca muestran la diversidad que existe en esta comunidad vascohablante, rompiendo con las imágenes estereotipadas y transformando la percepción social negativa que se tenía del euskera y de sus hablantes. Ayudan, de esta manera, a

una percepción social positiva sobre la diversidad, algo imprescindible para la normalización de cualquier lengua en el contexto actual de globalización.

Prestigian el euskera

Durante muchos años, debido a la infravaloración y a la discriminación lingüística, se ha cuestionado si el euskera era apto para hablar de temas técnicos y especializados. En la actualidad, ya nadie cuestiona algo así. La terminología especializada desarrollada por las universidades se ha socializado gracias, principalmente, a los medios de comunicación. Al dotar de espacio al lenguaje culto, han contribuido a dar prestigio al euskera: la lengua ha conseguido el respeto, el valor y el reconocimiento de la comunidad, y se han mitigado las percepciones negativas y los prejuicios que en otras épocas se pudieran tener sobre la misma. Esto facilita el uso del euskera entre quienes lo conocen y genera una motivación para aprender euskera entre quienes no lo saben.

Han desarrollado la digitalización del euskera

En la era digital, es imprescindible para las lenguas minorizadas estar presentes en Internet y desarrollar herramientas digitales de trabajo para este entorno. El euskera necesita traductores automáticos, correctores, asistentes virtuales que entiendan y respondan en euskera. Herramientas que se han creado gracias al procesamiento del lenguaje natural y a la inteligencia artificial. Para crear toda esta tecnología es necesario disponer de un gran corpus lingüístico de calidad, que sirva para el entrenamiento de los algoritmos de las redes neuronales. Actualmente, los medios de comunicación en euskera son los principales creadores de este corpus digital. Los textos y audios que producen constituyen la base para crear herramientas digitales de calidad, aunque no es esta la única función de este corpus, como se recoge a continuación.

Son una herramienta para normativizar el euskera

El corpus lingüístico formado por las publicaciones de los medios de comunicación es también la base sobre la que trabaja la Real Academia de la Lengua Vasca - Euskaltzaindia a la hora de tomar determinadas decisiones sobre el uso de la lengua. Los medios son conscientes de la gran responsabilidad que tienen en cuanto a la calidad de la lengua que usan y por ello establecen unas rigurosas pautas de trabajo que garanticen la corrección y la riqueza idiomática de sus mensajes en todo momento. Asimismo, estos mismos medios se constituyen como la vía más efectiva para hacer partícipe a toda la sociedad de las decisiones que toma la entidad a la que compete establecer la norma lingüística, Euskaltzaindia, ya que contribuyen a introducir, de forma natural, nuevas expresiones y términos en el habla cotidiana.

Crean contenidos útiles para la Educación

Los contenidos generados por los medios son también un recurso muy accesible para la ciudadanía que enseña y estudia euskera, con especial importancia en contextos en los que esta lengua tiene poca presencia social. También se utilizan en la Educación formal: profesorado de universidad, Educación Secundaria y euskaltegis, principalmente y, de hecho, algunos medios de comunicación crean materiales específicos de apoyo para los agentes educativos.

4.3. IDENTIDAD Y COHESIÓN COMUNITARIA

Ayudan a conformar la memoria colectiva de Navarra con voz propia

Los medios locales contribuyen a conformar la memoria colectiva transmitiendo la visión de sus protagonistas con voz propia. Este relato de la comunidad recoge las peculiaridades comarcales y en él el euskera tiene un peso importante, como lengua propia de la comunidad. Más allá de informar a la ciudadanía, estos medios han ido generando un relato de los usos y costumbres de la comarca, de las preocupaciones sociales de sus habitantes y de la transformación social que ha sucedido a lo largo de los años. En definitiva, muestran de la manera más cercana la evolución del entorno social y cultural.

Aportan materiales muy valiosos para el archivo de la memoria de Navarra

Juegan un papel importante en la conservación del archivo de la memoria local. Durante muchos años han conocido el día a día de diferentes comarcas y han ido creando el archivo de la memoria local. Esta labor de archivo se ha completado en formatos muy diversos: escrito, oral y audio-visual. La digitalización de los medios de comunicación ha puesto todo este archivo a disposición de la ciudadanía y de las nuevas generaciones. Es más, este gran conjunto de archivos fotográficos, de audio y de texto que conservan los medios de comunicación es también un recurso interesante para la investigación histórica y social en Navarra.

Son poderosos agentes de transformación social

A lo largo de su historia, se puede ver claramente que los medios de comunicación en euskera han sido y son pioneros en la reflexión y socialización de temas como el medio ambiente, el feminismo, los derechos humanos y otros temas sociales; y no solo en relación a medios que trabajan en otras lenguas, sino que en muchos casos son los impulsores de estos debates en la sociedad. A la vista de los datos, se puede afirmar que los medios de comunicación en euskera son claves en la transformación social, ya que tienen un gran impacto en la concienciación de la ciudadanía.

Ofrecen espacio a colectivos con poco poder y espacio de visibilización social

Determinadas asociaciones y colectivos que habitualmente tienen escasa repercusión en otros medios cuentan con una atención especial por parte de los medios de comunicación en euskera. De esta manera, el colectivo LGTBI, las personas mayores, jóvenes o migrantes y otros muchos colectivos consiguen un modo de hacer llegar sus mensajes a la sociedad. Los medios de comunicación contribuyen así a la diversidad social. Tal y como reconocen diversos agentes externos, en los medios de comunicación en euskera se trabaja habitualmente con una especial sensibilidad hacia estos temas.

Son una herramienta para combatir la despoblación

En la zona vascófona hay numerosas localidades pequeñas que han perdido gran parte de su población en las últimas décadas y los medios de comunicación en euskera han seguido de cerca este fenómeno, trasladando esta preocupación al debate y participando en las medidas para combatirlo. Los temas relacionados con los comercios locales o la escuela, por ejemplo, son muy habituales en estos medios y en sus informaciones destacan la necesidad y función social de todos estos agentes económicos y

culturales de las localidades. En muchas ocasiones, además, se han establecido alianzas entre los medios y los pequeños comercios (campañas a favor del comercio local, vales de descuento, tarjetas de fidelización, anuncios...). Igualmente, han colaborado con los centros escolares haciendo programas, suplementos y reportajes especiales y advirtiendo de la importancia de mantener abiertos estos espacios.

Participación en acciones socioculturales

Los medios de comunicación en euskera, a menudo creados desde la iniciativa popular, suelen ser muy activos en las actividades sociales, culturales y deportivas de la localidad. Entre otras cosas, recogen extensos registros gráficos y audiovisuales de todas estas actividades y se los ofrecen a la ciudadanía. Además, son los propios medios los que en ocasiones organizan iniciativas populares.

Espacio para el fomento de la cultura vasca

En palabras de las personas responsables de la industria cultural y de agentes de la creación cultural, los medios de comunicación en euskera son imprescindibles para la promoción de la cultura y para poder acceder a quienes la consumen. Han tenido, y tienen, un impacto directo en la revitalización de la cultura vasca.

Otros valores sociales

Los agentes del entorno también les reconocen otros valores sociales: constituyen un espacio de formación para futuros periodistas, contribuyen al desarrollo y financiación de otros medios de comunicación a través de la colaboración mutua, sirven de instrumento de apoyo y promoción de las empresas del entorno y contribuyen a aumentar el uso del euskera en las pequeñas empresas.

Para finalizar con este apartado, es interesante comparar el informe sobre el valor social de los medios de comunicación en euskera con las conclusiones de la [Medición del uso de lenguas en la calle 2021](#)¹¹, porque se pone de manifiesto que los medios de comunicación en euskera contribuyen a crear las condiciones necesarias para facilitar el uso del euskera en Navarra, ya que tienen la capacidad de prestigiar el euskera, vertebrar la comunidad vascohablante y atraer a esta lengua a quienes no la conocen.

Tanto las y los investigadores de la Universidad de Mondragón, de la Universidad del País Vasco y de la Universidad de Deusto como la propia Real Academia de la Lengua Vasca- Euskaltzaindia reconocen estas competencias a los medios de comunicación de proximidad y comarcales, y consideran que es clave reforzar su labor de cara al proceso de revitalización del euskera ¹⁴.

5. LA REALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE NAVARRA EN EUSKERA

Aunque se reconoce a los medios de comunicación en euskera un gran potencial, es fundamental conocer su realidad para entender la demanda que se les quiere hacer a la sociedad y al Gobierno de Navarra.

5.1. ¿QUÉ ES UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA?

No puede atribuirse a cualquier medio de comunicación que solo publique algunos pocos contenidos en euskera el valor social que se reconoce a los medios de comunicación en euskera. Por lo tanto, es importante aclarar qué es un medio de comunicación en euskera: se trata de una estructura periodística, de estructura empresarial, que se crea con el objetivo de informar a la sociedad y garantizar la democracia. Conoce bien la comunidad del euskera y trabaja en y desde el euskera, aunque posteriormente puede utilizar recursos para traducir su contenido a otras lenguas (traducción automática, por ejemplo).

Quedan excluidos de esta definición los medios que producen solo parte de su contenido en euskera, así como los que crean sus contenidos en castellano u otro idioma y después los traducen al euskera. Quedan excluidos los demás comunicadores que, aunque trabajen en euskera, no realizan un trabajo periodístico. Los medios de comunicación en euskera también pueden ofrecer recursos de ocio y entretenimiento, pero su principal función es informar a la sociedad mediante la actividad periodística.

5.2. MAPA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA

En Navarra existen medios de comunicación de distinta naturaleza. Algunos abarcan toda la Comunidad Foral, como *Berria*, *Hamaika Telebista*, *Argia*, *Elhuyar*, *Nafarroako Hitza*, *Antxeta*, *Gazteberri*, *Ttap aldizkaria*.; y otros cubren un ámbito geográfico concreto, como es el caso de los siguientes:

- En Baztan-Bidasoa: *Erran.eus*, *Ttipi-Ttapa aldizkaria*, *Xorroxin Irratia*, *Antxeta Irratia*, *antxeta.eus* y *Xaloe Telebista*.
- En Leitzalde: *Erran.eus*, *Ttipi-Ttapa aldizkaria* y *Karrape Irratia*.
- En Larraun: *Aralar Irratia*, *mailope.eus* y *Mailope aldizkaria*.
- En Sakana: *Guaixe aldizkaria*, *Guaixe Irratia* y *guaixe.eus*.
- En Ultzama-Basaburua: *Amezti.eus*, *Pulunpe aldizkaria* y *Esan Erran Irratia*.
- En la Comarca de Pamplona: *Euskalerrria Irratia* y *Xaloe Telebista*; y concretamente en Burlada, municipio de esta comarca, *Axular aldizkaria*.

Gráfico 2. Medios de comunicación locales en euskera de Navarra.



Fuente: Euskarabidea, adaptado.

El mapa de medios de comunicación en euskera de Navarra muestra unas condiciones muy desiguales, tanto geográficas como temáticas. En estos momentos los medios locales de comunicación en euskera cubren la zona geográfica de 94 municipios, donde residen alrededor de 442.095 habitantes. Si bien cubren la zona geográfica de los nichos de mayor vitalidad del euskera, la Comarca de Pamplona y las zonas al norte de esta, al sur de la Comarca de Pamplona la falta de medios es evidente.

El periodismo en euskera también presenta importantes lagunas temáticas: no existen medios de comunicación generalistas creados en Navarra, ni tampoco especializados. Todos los medios de comunicación en euskera que versan sobre literatura, conocimiento, ciencia, juventud o cualquier otra temática... son producidos fuera de Navarra. Sin embargo, responden a una necesidad de información de la sociedad navarra y a un vacío que existe en la oferta de medios en euskera.

Todo ello pone en peligro los derechos lingüísticos de las personas vascohablantes en un ámbito muy amplio de Navarra. En la zona no vascófona no hay ningún medio de comunicación local ni escrito, ni digital, ni radiofónico en euskera.

5.3. CARÁCTER SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA

Los medios de comunicación en euskera se han creado desde la iniciativa social, se han construido con el compromiso de la ciudadanía y tienen la cultura y la lengua como eje. Se trata de un fenómeno singular, único en toda Europa. En cuanto a su naturaleza jurídica, todos los proyectos comunicativos en euskera son asociaciones culturales, fundaciones o medios de comunicación municipales — gestionados mediante concesión—. Por lo tanto, no existen medios de comunicación en euskera con ánimo de lucro.

Frente a las empresas comerciales cuyo objetivo prioritario es el logro de un beneficio económico, los medios de comunicación surgidos de la acción popular tienen como objetivo el cumplimiento de una misión cultural y social, no el propio beneficio económico. Priorizan la difusión del euskera y de la cultura, aunque en muchas ocasiones tengan que trabajar gracias a la colaboración del voluntariado y tengan que difundir su producción de forma gratuita.

Cuentan con sistemas de suscripción y asociación muy desarrollados, y viven en gran medida gracias a la aportación económica de la ciudadanía. Han buscado constantemente fórmulas innovadoras a través de políticas de fidelización. También son pioneros en ello, ya que las ayudas públicas y la publicidad no garantizan su viabilidad.

5.4. PRECARIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA

En 2020, Euskarabidea – Instituto Navarro del Euskera, organismo autónomo del Gobierno de Navarra, analizó los costes estándar dentro del sector (informe inédito). En concreto, analizó los medios de comunicación presentados a la convocatoria de medios de comunicación en euskera. Este informe puso de manifiesto la preocupante precarización de los medios de comunicación en euskera, sobre todo por su carácter de precariedad estructural, ya que no se trata de una situación que responda a una coyuntura concreta, sino que esta precarización es histórica y se manifiesta en muchos ámbitos, como se explicará a continuación.

Salario del personal

El personal de los medios de comunicación en euskera tiene uno de los salarios más bajos del sector de los medios de comunicación. La media del coste de personal por jornada completa es de 30.067,2 euros, según los datos expuestos en el informe de costes estándar de Euskarabidea 2020 (gasto empresarial incluyendo la seguridad social). Se sitúa muy por debajo de los 50.471 euros de la media del coste de personal de los medios de comunicación españoles (datos del INE). De hecho, el salario de las y los periodistas de los medios de comunicación en euskera es **un 40 % inferior al de los medios de comunicación estándar**.

Tabla 1. Media del coste de personal por jornada en España dentro del sector de los medios de comunicación.

	Jarduera Ekonomikoen Sailkapen Nazionalako multzoak					
	5813 Egunkarien argitalpena	5814 Aldizkarien argitalpena	5916 Telebista saioetako produzio jarduerak	6010 Irrati difusioko jarduerak	6020 Telebistako saioak programatu eta eskaintzeko jarduerak	Batez beste
Ordainpeko langileen pertsonal gastuak lanaldiko (Iturria: INE, Espainiako estatua, 2017)	46.342€	47.401€	45.413€	42.985€	57.998€	50.471€
Pertsonal gastuak okupatutako langileko (Iturria: INE, Espainiako estatua, 2017)	42.376€	35.333€	42.421€	36.262€	55.417€	45.595€
Siadeco_EAEko euskarazko hedabideen kostu estandarerrako azterketa 2018 (Iturria: Eustat, 2015)	52.847€	31.443€	39.447€	48.081€	61.338€	50.544€

Fuente: Informe de costes estándar de los medios de comunicación en euskera de Navarra elaborado por Euskarabidea en 2020.

Tamaño de los equipos de trabajo

En los medios de comunicación en euskera de Navarra hay un total de 67,5 jornadas completas. Estas jornadas suponen una producción de 18.800 páginas de papel al año, la emisión de 38.480 horas de radio y 17.472 horas de televisión, además de la producción en Internet, redes sociales y otros soportes. Son equipos de trabajo muy reducidos para esa producción.

Todas las labores habituales de los medios de comunicación se hacen entre pocas personas, desde la gestión económica hasta la redacción, pasando por la planificación, la gestión de redes sociales y la gestión de datos, lo que conlleva que las y los periodistas en euskera tengan un carácter multifuncional complejo, lo que dificulta su especialización.

Trabajos no remunerados

La falta de capacidad para remunerar a un número suficiente de periodistas ha hecho habitual que los medios de comunicación se mantengan gracias al trabajo de personas colaboradoras y voluntarias de la comunidad vascohablante. Llama la atención la dimensión que alcanza el voluntariado en los medios de comunicación locales:

- En los medios de comunicación escritos en euskera, solo el **15,1 % de las personas que trabajan en ellos es personal contratado**, el 57,1 % es personal colaborador o *freelance* y el 27,8 % trabajan de forma voluntaria y sin remuneración.
- En las radios solo **el 8,6 %** está contratado, el 80,1 % es voluntario y el 11,3 % colaborador.
- En las televisiones **el 37,5 %** está contratado y el 62,5 % restante es colaborador.

Además, también existen medios de comunicación sin ninguna persona contratada.

Otras caras de la precarización

Hay otros ámbitos que muestran también el grado de precarización del sector: hay medios de comunicación sin locales en propiedad, con infraestructuras técnicas obsoletas, las personas contratadas a menudo tienen contratos de corta duración y, por tanto, existen grandes dificultades para retener el talento.

Orígenes de la precariedad

El euskera es una lengua minorizada y, a día de hoy, los medios que trabajan en euskera tienen unos potenciales de audiencia y suscripción limitados, lo que tiene consecuencias en tres niveles principales:

- Aumenta los costes relativos de producción.
- Las ventas y, en consecuencia, los ingresos son, inevitablemente, menores.
- La audiencia es limitada y ello hace dificultoso la obtención de publicidad privada.

Los elevados costes, las reducidas ventas y los escasos ingresos publicitarios están en la base de la precarización de todos los medios de comunicación en euskera. Comparados con los medios de comunicación en lenguas hegemónicas, los ingresos y los gastos están muy descompensados. Estos factores dejan en una grave vulnerabilidad económica a los medios que trabajan en euskera. Para que

puedan mantenerse, teniendo en cuenta la realidad sociolingüística de Navarra, es imprescindible que haya un sistema de apoyo sólido por parte de las instituciones públicas.

5.5. INVERSIÓN DEL GOBIERNO DE NAVARRA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El dinero de las instituciones públicas llega a los medios de comunicación por dos vías principales: las subvenciones públicas y la publicidad institucional. El Gobierno de Navarra ha invertido 5.028.998 euros en los medios de comunicación en el último año, teniendo en cuenta ambas vías. De esa inversión, **el 30 % se ha destinado a los medios de comunicación en euskera. El 70 % restante corresponde a los medios de comunicación en castellano.** Se trata de conclusiones extraídas del análisis de los datos de las últimas resoluciones de subvenciones del Gobierno de Navarra a medios de comunicación y del informe de publicidad institucional. A continuación, se detallan los datos.

Inversión a través de subvenciones

El Gobierno de Navarra apoya mediante subvenciones a los medios de comunicación a través de cuatro vías principales:

- Ayudas mediante convenio, gestionadas por la Dirección General de Comunicación y Proyección Institucional del Gobierno de Navarra: [En 2024 se han concedido 1.700.000 €¹⁵](#) a la televisión digital terrestre privada en castellano.
- Ayudas a la producción audiovisual, gestionadas por la Dirección General de Comunicación y Proyección Institucional del Gobierno de Navarra: [Se han concedido 787.637 € en 2023¹⁶](#) a las televisiones en castellano y en euskera (nota: a la fecha de redacción de este informe las subvenciones de 2024 estaban pendientes de resolución).
- Ayudas para el fomento del uso del euskera en la prensa escrita, radios y en los medios de comunicación online, gestionadas por Euskarabidea - Instituto Navarro del Euskera del Gobierno de Navarra. [Se han concedido 1.197.900 € en 2023¹⁷](#) a los medios de comunicación en euskera y los medios de comunicación en castellano que publican algo en euskera (nota: a la fecha de redacción de este informe las subvenciones de 2024 estaban pendientes de resolución).
- Convocatoria de ayudas a proyectos de innovación y digitalización en medios de comunicación en euskera, gestionada por Euskarabidea - Instituto Navarro del Euskera del Gobierno de Navarra. [Ha repartido 177.862,66 € en 2023¹⁸](#) como apoyo a los medios de comunicación en euskera (nota: a la fecha de redacción de este informe las subvenciones de 2024 estaban pendientes de resolución).

El año que más dinero han recibido históricamente los medios de comunicación en euskera ha sido 2023; y teniendo en cuenta las cuatro ayudas, los medios de comunicación en euskera han recibido el **39,4 %** de lo repartido por el Gobierno de Navarra en subvenciones.

En cumplimiento de la obligación que la Ley Foral 18/1986 impone a la Administración Pública en cuanto a la promoción del euskera en los medios de comunicación, Euskarabidea- Instituto Navarro del Euskera puso en marcha en 2016 la convocatoria de subvenciones a los medios de comunicación que publican contenidos en euskera, y en 2021 la convocatoria para la innovación y digitalización. La evolución desde entonces de ambas convocatorias ha sido la siguiente:

Tabla 2. Evolución de la dotación de la convocatoria de medios y de la convocatoria para la digitalización.

Horniduraren bilakaera (2015 – 2024)			
Urtea	Hornidura	Hedabideen deialdia	Digitalizaziorako deialdia
2015	0,00 €	0,00 €	
2016	290.000,00 €	290.000,00 €	
2017	580.000,00 €	580.000,00 €	
2018	630.000,00 €	630.000,00 €	
2019	680.000,00 €	680.000,00 €	
2020	780.000,00 €	780.000,00 €	
2021	920.912,00 €	895.912,00 €	25.000,00 €
2022	1.017.500,00 €	971.000,00 €	46.500,00 €
2023	1.317.500,00 €	1.071.000,00 €	246.500,00 €
2024	1.497.379,87 €	1.225.879,87 €	271.500,00 €

Fuente: Euskarabidea, junio de 2024 (la dotación del año 2021 estaba incluida en una única convocatoria, aunque para diferentes objetivos; a partir de entonces se han realizado dos convocatorias diferentes).

Datos de publicidad institucional

En cuanto a la publicidad institucional, en 2023, el Gobierno de Navarra invirtió 1.075.367,28 € en publicidad vinculada a los medios de comunicación. De esa cantidad, el 93,2 % se destinó a medios de comunicación en castellano y solo el **6,8 %** se invirtió en medios de comunicación en euskera.

5.6. CAPACIDAD DE APOYO A LA NORMALIZACIÓN DEL EUSKERA

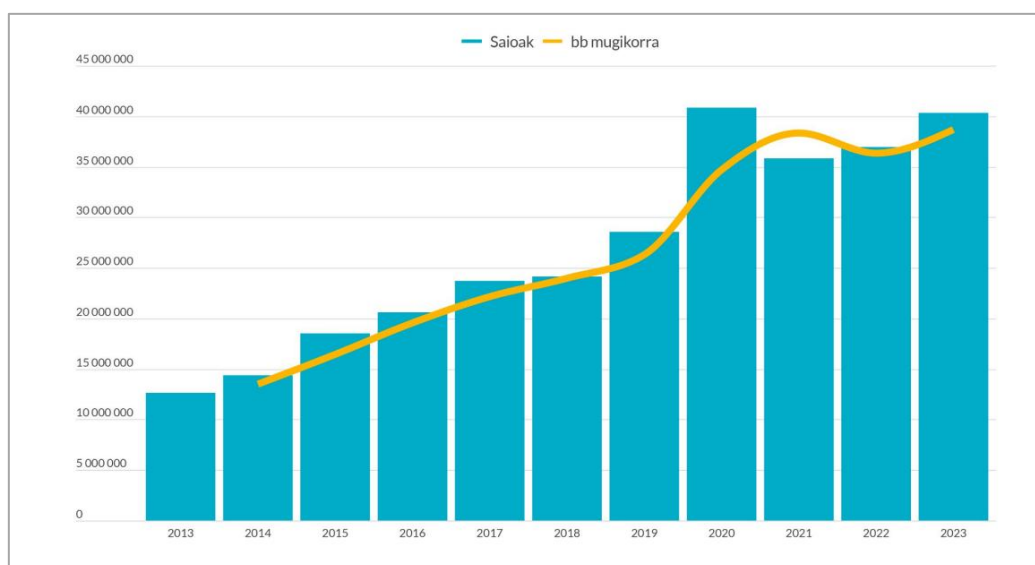
Contar con un sistema de subvenciones eficaz para apoyar los medios de comunicación en euskera es una vía útil para avanzar en la normalización lingüística. Aunque trabajan en una situación precarizada, los medios locales en euskera tienen un gran alcance. Según datos del CIES¹⁹ en 2023, el 8,7% de la población navarra consumió medios locales en euskera (unas 50.000 personas). *Diario de Navarra* fue leído por el 17,4 % de la población total (unas 100.000 personas) y *Diario de Noticias* por el 11 % (unas 65.000 personas). Si se analizan los datos respecto a la audiencia potencial de cada uno de ellos, los

medios de comunicación locales en euskera llegan al 65,1 % de su universo potencial, *Diario de Navarra* al 18,4 % y *Diario de Noticias* al 11,9%.

Los datos demuestran que los medios locales en euskera son medios de comunicación de muy alto alcance relativo y que, si saliesen de la precarización, constituirían una potente herramienta para incidir en la normalización del euskera.

Los medios de comunicación están viviendo una tendencia preocupante a nivel internacional y es que está aumentando la desconfianza y extendiéndose la tendencia a evitar las noticias, sobre todo entre la población más joven, por lo que el alcance de los medios de comunicación va disminuyendo desde 2021. En los medios de comunicación de Navarra, sin embargo, el consumo sigue aumentando, tal y como demuestran los datos de Behategia - Observatorio de Medios de Comunicación en Euskera. Por tanto, los medios de comunicación en euskera no solo son una herramienta para la normalización del euskera, sino también una vía para hacer frente a la desinformación.

Gráfico 3. Evolución de los consumos en Internet de los medios de comunicación en euskera asociados a Hekimen.



Fuente: Behategia (Observatorio de Medios de Comunicación en Euskera), junio de 2024.

Inmersos en estas condiciones de precarización, sin embargo, se enfrentan a un reto compartido con todo el sector de los medios de comunicación: la revolución que ha supuesto la digitalización en el periodismo.

6. LA TRANSICIÓN DIGITAL: MOMENTO DE RECONVERSIÓN SECTORIAL

En estos años de rápido cambio social y tecnológico, el sector de los medios de comunicación está viviendo tiempos de gran incertidumbre. La digitalización no es simplemente publicar contenido en la web, sino una revolución que va mucho más allá. La digitalización y la posterior revolución de la inteligencia artificial generativa han transformado radicalmente el modo de consumir información, obligando al sector a realizar enormes análisis de datos y llevando a los medios a repensar nuevos modelos de negocio muy diferentes a los tradicionales. Esta necesidad de adaptación rápida y continua a nuevas situaciones y herramientas hace que los medios de comunicación estén inmersos en una nueva y variable dinámica de trabajo. Los medios de comunicación están cambiando radicalmente.

Al igual que la transición a las energías renovables o la electrificación de los coches precisaron la reconversión de determinados sectores industriales y el apoyo de los gobiernos, los medios de comunicación viven en estos momentos una fase de reconversión. Se trata, además, de tiempos críticos en los que las noticias falsas y la desinformación generan conflicto social y ponen en peligro la propia democracia. Es importante que la sociedad sea consciente de la dimensión social de la reconversión y modernización de los medios de comunicación.

Prueba de ello es el Plan de acción para impulsar la recuperación y transformación de los medios de comunicación europeos durante la Década Digital, aprobado por el Parlamento Europeo, así como la propia petición realizada el pasado año por la Asamblea del Consejo de Europa a los Estados.

Algunos de los grandes retos a los que se enfrentan los medios de comunicación según los expertos consultados en el proceso son:

Cambios en los patrones de consumo y nuevos formatos

Las plataformas digitales y las redes sociales han cambiado radicalmente la forma de consumir información por parte de la sociedad. Cada vez se consumen menos los formatos tradicionales de los medios de comunicación. Gran parte de la sociedad se ha acostumbrado al consumo rápido y visual de información de un modo rápido y visual, y los medios de comunicación, además de los formatos tradicionales, deben producir en otros nuevos: servicios de streaming, audiovisuales breves, podcasts, gráficos interactivos, redes sociales cambiantes, realidad aumentada, personalización... Este contexto obliga a los medios de comunicación a adaptarse de forma continua y proactiva si quieren ser competitivos.

Herramientas para conocer la audiencia y personalizar el consumo

La oferta de entretenimiento digital actual hace que la atención de las personas sea cada vez menor, ya que muchas de las fuentes de información se consumen en el móvil en un breve espacio de tiempo,

casi de forma compulsiva. Los medios de comunicación tienen el reto de captar esta audiencia, conocerla bien, segmentarla y responder a sus intereses e inquietudes concretas.

Para ello, deben integrar tecnologías avanzadas en su sistema: tecnologías de conocimiento y segmentación de audiencia, herramientas de analítica digital, actualización de plataformas de gestión de contenido (CMS), integración de chatbots, tecnologías de alertas personalizadas, etc.

Reestructuración de los modelos de negocio

Las nuevas tendencias de consumo han abandonado los formatos tradicionales que reportan ingresos económicos. Sin embargo, en el nuevo contexto mediático monetizar formatos digitales resulta difícil para los medios de comunicación. La publicidad también ha huido hacia espacios mejor segmentados (redes sociales, entre otros). En consecuencia, para sobrevivir en un espacio digital cada vez más competitivo, los medios de comunicación deben diversificar sus fuentes de ingresos y cambiar radicalmente sus modelos de negocio. Están en plena transición económica.

Gestión más inteligente

La inteligencia artificial ha permitido una gestión de contenidos más inteligente en los medios de comunicación de las lenguas principales. La “minería de datos” es una de estas tecnologías: al permitir extraer conocimiento detallado de los contenidos generados por los medios de comunicación (principales descriptores temáticos, nombres de las personas entrevistadas, instituciones, lugares, palabras clave...), permitirá clasificar y microsegmentar el contenido, y los medios de comunicación obtendrán archivos digitales bien estructurados.

Todo ello ayudará a mejorar la experiencia de las personas usuarias, facilitando la identificación de contenidos de interés. Pero no solo eso, integrándose con las herramientas de análisis de tráfico, la IA sirve para identificar patrones de consumo y desarrollar vías de personalización. La minería de textos ya permite analizar los contenidos de Internet e identificar temas de actualidad o patrones y hacer un seguimiento.

Retos de la inteligencia artificial generativa

La inteligencia artificial creativa ha puesto a disposición de los medios de comunicación de las lenguas más extendidas herramientas de trabajo de alto impacto: ya tienen muy avanzadas la creación automática de textos, la tecnología para la creación de resúmenes automáticos de contenidos, las herramientas para la creación automática de publicaciones en redes sociales a partir del contenido original, o la conversión de conjuntos conceptuales o de datos en textos (por ejemplo, instrumentos para la producción automática de noticias a partir de informes financieros, resultados deportivos, datos de previsión meteorológica u otros datos estructurados). Ya tienen a su disposición aplicaciones para automatizar múltiples trabajos.

Por otro lado, combinando las tecnologías de creación automática de textos con las de minería de contenidos, se están desarrollando sistemas de pregunta-respuesta tipo Chat GPT. Estos sistemas sustituirán a los actuales buscadores de medios de comunicación y darán un vuelco a los sistemas de

búsqueda, modificando totalmente la relación con el lector. A corto plazo, se verán en funcionamiento este tipo de chatbots en los medios de comunicación más potentes, aportando nuevos servicios, productos y funcionalidades.

Gestión de datos

Los medios de comunicación manejan un volumen ingente de datos: datos de tráfico digital, datos de patrones de navegación, datos generados en torno al conocimiento de los usuarios, datos para el análisis de tendencias, datos de rendimiento publicitario, datos de redes sociales, datos de usuarios... Además de integrar herramientas para la recogida, análisis y gestión eficaz de todos ellos, deben integrar en su equipo de trabajo nuevos perfiles de personal especializado en esos campos.

Nuevos perfiles en periodismo

Además de las y los matemáticos encargados del análisis de las grandes bases de datos, deben integrar las plantillas profesionales con otros conocimientos, capaces de abordar retos como la inteligencia artificial y la automatización de procesos. Es más, el actual modelo periodístico exige una formación continua.

Sistemas de seguridad avanzados

La digitalización hace que los medios de comunicación sean más vulnerables que nunca, ante las muchas brechas de seguridad. La protección de la información y los datos de las personas usuarias es un reto constante más que nunca y requiere sistemas de seguridad avanzados.

Grandes servidores

La utilización de todas estas tecnologías de última generación por parte de los medios de comunicación requiere de una costosa infraestructura: grandes servidores para manejar grandes volúmenes de datos y poner en marcha algoritmos de inteligencia artificial, herramientas de gestión de bases de datos, infraestructuras de red rápidas, medidas de seguridad para proteger los datos y los modelos de inteligencia artificial...

Medios de comunicación más accesibles

Los medios de comunicación también están incorporando tecnologías que los harán más accesibles a todos los sectores de la sociedad, como los traductores automáticos, los sistemas automáticos de transcripción (para que las personas usuarias con baja audición puedan leer el contenido) y las tecnologías de creación de voces sintéticas (para que las personas usuarias con baja visión puedan escuchar el contenido).

Periodismo de calidad

Y por encima de todos estos retos tecnológicos, el gran reto que tienen los medios de comunicación es hacer un periodismo de calidad y ser útiles para la sociedad, que es la única manera en que podrán superar el difícil contexto actual.

Pero entonces, ¿cuál es el criterio adecuado para definir la calidad? Hasta ahora se han utilizado clics, likes y métricas similares, llamadas métricas de “orgullo o banalidad”, que no reflejan el impacto real, sino la popularidad. Lo que realmente da la medida de la calidad periodística es el grado de compromiso de los medios con la sociedad y el valor que le ofrecen: la difusión del conocimiento significativo, el valor social y el impacto.

6.1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA ANTE LOS RETOS ACTUALES

Frente a estos retos, los medios de comunicación en euskera de Navarra cuentan con fortalezas significativas: son marcas fuertes y les acompaña una comunidad fiel, que se alinea con este gran objetivo del proceso de normalización del euskera y que les proporciona un apoyo económico y organizativo. Cuentan con una sólida red de personas suscriptoras, socias y colaboradoras que ofrecen una garantía económica y social a los medios de comunicación.

Por otro lado, cuentan con profesionales de amplia experiencia y comprometidos con estos medios y su función social. Si las y los trabajadores y la comunidad no hubieran tenido esa importante implicación, los medios de comunicación en euskera habrían desaparecido hace tiempo, siguiendo la tendencia general de los medios de proximidad a nivel internacional. Este compromiso bidireccional los ha convertido en medios de comunicación altamente resilientes ante la compleja transición digital a la que se enfrentan y el cambio de hábitos de consumo.

Finalmente, la ola de la inteligencia artificial supone un reto de gran dificultad para las lenguas minorizadas. A diferencia de las lenguas hegemónicas, las lenguas minorizadas no tienen acceso a todas las tecnologías de inteligencia artificial. Las soluciones de las grandes empresas (Microsoft, Google, OpenAI...) no se desarrollan de la misma manera para el euskera y para otros idiomas minorizados. Ante esta situación, los medios de comunicación en euskera se han convertido en los principales protagonistas y promotores del desarrollo de las tecnologías de inteligencia artificial para el euskera. Aprovechando que en euskera existe un desarrollo tecnológico, los medios en euskera colaboran con las y los investigadores de las tecnologías lingüísticas para crear las herramientas necesarias en esta lengua.

Los medios de comunicación en euskera han abordado los retos actuales con decisión. Sin embargo, existe una serie de características que los hacen especialmente vulnerables:

- Tener una limitación de audiencia potencial aboca a los proyectos mediáticos en euskera a una economía de subsistencia. Impera la precariedad: sueldos no dignos, puestos de trabajo inestables, grandes sobrecargas de trabajo y, en general, material de trabajo obsoleto. El sector trabaja en condiciones laborales precarias.
- En estas condiciones, tienen una carencia total de recursos económicos para abordar la transición digital.
- A pesar de recibir subvenciones del Gobierno de Navarra, apenas reciben publicidad institucional, que es el instrumento más habitual y potente de apoyo indirecto a los medios de comunicación por parte de las instituciones públicas.
- Carecen de medios para renovar la oferta periodística y lanzar nuevos productos.

- La capacidad inversora es también muy limitada.
- Son pocos proyectos comunicativos, su situación a lo ancho de la geográfica navarra es muy desigual y están atomizados.
- El propio universo de vascohablante de Navarra es también limitado y su presencia geográfica desigual, siendo insuficiente para mantener la viabilidad económica de los proyectos.
- El proceso de recuperación y extensión del conocimiento social del euskera en Navarra avanza muy poco a poco, por lo que el aumento de la audiencia potencial también se incrementa muy lentamente.

En estas condiciones, difícilmente se podrá llevar a cabo la modernización y transición digital de los medios de comunicación en euskera.

6.2. NECESIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA

Para hacer efectiva la transición digital y ser un agente activo en el proceso de revitalización de la lengua, los medios de comunicación en euskera necesitan:

- Apoyo para salir de la precarización.
- Una política de apoyo adecuada para garantizar la sostenibilidad de los medios de comunicación.
- Financiación para abordar la digitalización y la transformación.
- Una línea de financiación estable para la generación de nuevos proyectos comunicativos.
- Inversiones para garantizar la capacitación de los equipos de profesionales.
- Herramientas compartidas para profundizar en el conocimiento de las personas usuarias actuales y potenciales.
- Crear un sistema eficaz de gestión de datos y nuevas métricas.
- Tecnologías del lenguaje y recursos para el desarrollo e implementación de la inteligencia artificial.
- Capacitación y equipos necesarios para el incremento de la producción audiovisual.
- Recursos para crear nuevos puestos/perfiles necesarios para la digitalización y para los nuevos retos.
- Acordar un plan de difusión de los medios de comunicación en euskera a nuevas áreas geográficas de Navarra.
- Un plan estratégico consensuado con las administraciones para el fortalecimiento de los medios de comunicación en euskera.
- Adoptar medidas eficaces para acelerar el proceso de normalización del euskera, con el fin de aumentar el número de vascohablantes y su calidad lingüística.

- Prestigiar el sector, por ejemplo, dando prioridad desde el Gobierno de Navarra a los medios de comunicación en euskera.

7. EN UNA ENCRUCIJADA: NECESIDAD DE UNA APUESTA FUERTE

En este contexto, la COMISIÓN DE TRABAJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN dentro del CONSEJO NAVARRO DEL EUSKERA considera necesario adoptar, con carácter urgente, medidas adicionales de apoyo a los medios de comunicación en euskera de Navarra, conforme a lo establecido en la Ley Foral 18/1986¹. La crisis global de los medios de proximidad, la precarización de los medios que trabajan en euskera, los retos de la digitalización y los resultados insuficientes de la normalización de esta lengua han dejado a los medios de comunicación en euskera de Navarra en una situación muy vulnerable. Si no se toman medidas, muchos de ellos corren el riesgo de desaparecer.

Por otro lado, muchas comarcas de Navarra no disponen de ninguna red de medios locales en euskera. La comunidad vascohablante de esas zonas sufre una carencia informativa absoluta en su lengua. Para garantizar la democracia y los derechos sociales y dar los pasos básicos en la normalización del euskera, se considera necesario analizar las actuales lagunas geográficas de los medios de comunicación locales en euskera y tomar medidas para superar esas lagunas.

La COMISIÓN DE TRABAJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN dentro del CONSEJO NAVARRO DEL EUSKERA quiere advertir de que, si no se da una respuesta digna a la precarización de los medios de comunicación actuales y no se superan las lagunas geográficas, muchas personas vascohablantes de Navarra sufrirán un grave desierto informativo.

Para cubrir todas estas carencias, los medios de comunicación navarros en euskera necesitan el apoyo de la sociedad navarra y de las instituciones públicas. Para hacer frente a la transición digital y garantizar su sostenibilidad es necesaria una política de ayudas decidida. De lo contrario, difícilmente podrán mantener su papel en la normalización del euskera y en la cohesión social.

8. RETORNO ECONÓMICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKERA

Podría pensarse que invertir en medios de comunicación en euskera es un gasto público, pero los estudios han demostrado que **no es un gasto sino una inversión económica rentable**. No solo por todas las funciones sociales que desempeñan, sino también por su contribución directa a la economía.

A modo de ejemplo, [una investigación de Mondragon Unibertsitatea ha cuantificado la aportación económica de los medios de comunicación en euskera a la sociedad de la CAV](#)¹². Han realizado un

ejercicio de monetización de los puestos de trabajo creados, de lo pagado en impuestos y seguridad social y de su aportación a las empresas del entorno, que ha demostrado que **han retornado a la sociedad entre 6 y 10 euros por cada euro de subvención que han recibido**. Es decir, han aumentado entre 6 y 10 veces el valor del dinero recibido.

Según esta investigación, los resultados también son extrapolables a los medios de comunicación en euskera de Navarra. Estos datos muestran que las subvenciones a los medios de comunicación de Navarra en euskera suponen una inversión rentable.

9. CONCLUSIONES FINALES

Cada vez es mayor el número de navarras y navarros que conocen el euskera, sobre todo entre las generaciones más jóvenes. A pesar de su creciente peso demográfico, la comunidad vascohablante carece de los recursos necesarios para vertebrarse e integrar el euskera en su día a día.

Los medios de comunicación en euskera pueden aportar mucho a la sociedad navarra en estas tareas. Pero, para poder cumplir esta importante función social, en este momento necesitan de la implicación de la sociedad y de las instituciones públicas: necesitan apoyo económico y apoyo social.

La precariedad que históricamente vive el sector de los medios de comunicación en euskera y la transformación global de los medios de comunicación suponen importantes retos, y si la sociedad no entiende su dimensión y no los apoya, los medios de comunicación en euskera estarán en riesgo de desaparecer.

El Parlamento Europeo insta a los Estados miembros a subvencionar a los medios de comunicación que produzcan contenidos en lenguas regionales y minorizadas. Por ello, y haciendo referencia a la Ley Foral 18/1986, del Euskera, la COMISIÓN DE TRABAJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN dentro del CONSEJO NAVARRO DEL EUSKERA pide eso mismo a las instituciones públicas navarras y a la sociedad navarra: apoyo económico para fortalecer los medios de comunicación en euskera y apoyo de la sociedad para visibilizar su valor social.

BIBLIOGRAFIA

- (1) Ley Foral 18/1986, del Euskera. <https://www.lexnavarra.navarra.es/detalle.asp?r=1822>
- (2) Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, Policy and the Local. *Journalism Practice*, 9, 332 - 349. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.943930>
- (3) Jangdal, L. (2019). Local Democracy and the Media. *Nordicom Review*, 40, 69- 83. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0027>
- (4) Meijer, I. (2010). Democratizing Journalism?. *Journalism Studies*, 11, 327 - 342. <https://doi.org/10.1080/14616700903500256>
- (5) Moy, P., McCluskey, M., McCoy, K., & Spratt, M. (2004). Political Correlates of Local News Media Use. *Journal of Communication*, 54, 532-546. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2004.TB02643.X>
- (6) Parlamento Europeo (2021). *Report on Europe's Media in the Digital Decade: An Action Plan to Support Recovery and Transformation* (A9-0278/2021). https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0278_EN.pdf
- (7) Meijer, I. C. (2010). Democratizing Journalism? Realizing the citizen's agenda for local news media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342. <https://doi.org/10.1080/14616700903500256>
- (8) Comisión Europea (2020). *Europe's media in the digital decade: An action plan to support recovery and transformation* (COM(2020) 784 final). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0784>
- (9) Consejo de Europa. (1 de diciembre de 2021). *Local and regional media: Council of Europe Congress calls for more support to prevent local media deserts*. <https://www.coe.int/en/web/portal/-/local-and-regional-media-council-of-europe-congress-calls-for-more-support-to-prevent-local-media-deserts>
- (10) Euskarabidea (2021). VII. *Encuesta Sociolingüística de Navarra*, 2021. https://www.euskarabidea.es/fitxategiak/ckfinder/files/VII_%20Inkesta%20Soziolinguistikoa_VII%20Encuesta%20Socioling%C3%BC%C3%ADstica_2021_NAFARROA_NAVARRA.pdf
- (11) Clúster de Sociolingüística (2022). *Medición a pie de calle del uso de lenguas, 2021*. https://soziolinguistika.eus/wp-content/uploads/2022/05/01_Txosten_laburtua_web_CAST-1.pdf
- (12) Bidegain, E., Agirre, I., Amonarriz Zubeldia, J., & Larrañaga Elorza, A. (2016). Valor social de los medios Goiena y BERRIA: primeras adaptaciones de un nuevo medidor para la prensa vasca. *Uztaro. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, (98), 79 – 96. <https://doi.org/10.26876/uztaro.98.2016.4>
- (13) Observatorio de Medios de Comunicación en Euskera (Behategia) (2024). Bidegain, E; Zuberogoitia, A; Egaña, T. Valor social de los medios de comunicación en euskera: Análisis de los casos de Argia y Alea, Anuario de Medios de Comunicación en Euskera, 71-84. <https://research.mondragon.edu/documentos/661828721bfcac29359c8562>
- (14) Euskaltzaindia (2022), Espacio de reflexión del euskera, Conferencia de Jon Sarasua. <https://www.youtube.com/watch?v=PrBnj0ShxTQ>
- (15) Gobierno de Navarra (Dirección de Comunicación y Proyección Institucional). Subvención directa de 1.700.000 euros a la empresa Sumando TV y Web, S.A. (operadora de la televisión autonómica Navarra TV) para la producción audiovisual entre el 1 de julio de 2024 y el 30 de junio de 2025. Identificación BDNS: 0000765388. RESOLUCIÓN 47E/2024. 26 de junio de 2024. https://www.navarra.es/documents/48192/24555525/Resolucion+Concesion+sin+anexo_01_73E-2023_CSV.pdf/b66b063d-7102-64e3-18e6-62fa5cc5a43f?t=1690796830629

- (16) Gobierno de Navarra (Dirección de Comunicación y Proyección Institucional). Resolución de convocatoria plurianual de ayudas 2023-2024 a la producción de contenidos audiovisuales por titulares de licencias privadas de televisión digital terrestre (TDT) de Navarra. RESOLUCIÓN 73E/2023. 28 de julio de 2023. <https://www.navarra.es/documents/48192/34570714/Resolucion+Concesion+Directa+sumando+TV.pdf/aff860f5-71a2-2970-a3ec-3c5eec400edb?t=1719409984401>
- (17) Euskarabidea (director gerente de Euskarabidea). “Resolución de la convocatoria de 2023 para la promoción del uso del euskera en prensa escrita, radio y medios online”. Resolución 47E/2023. 20 de junio de 2023. https://www.navarra.es/documents/48192/21314073/Resoluci%C3%B3n%20Ordaintzekoa%20122E-2023_CSV.pdf/4b272835-bcd5-82bb-52d7-1c47de0466e7?t=1703749903291
- (18) Euskarabidea (director gerente de Euskarabidea). “Resolución de la convocatoria de ayudas a los proyectos de innovación y digitalización de los medios de comunicación en euskera”. Resolución 61E/2023. 11 de agosto de 2023. https://www.navarra.es/documents/48192/25378479/Resolucion+Concesion+sin+anexo_01_61E-2023_CSV.pdf/85b2dc43-cc92-d4db-4d6a-80e49b2ab1cd?t=1692254028235
- (19) CIES. Base de datos de la encuesta de 2023, acumulado anual. Estudio de Audiencia de Medios de Comunicación en la CAV y Navarra. <https://cies2.com/es/que-hacemos/audiencia-de-medios>