

2-29-2016

La prensa hispana en Florida: medios y público

Álvaro Sánchez

Follow this and additional works at: <https://scholarcommons.usf.edu/surcosur>

Recommended Citation

Sánchez, Álvaro. 2016. La prensa hispana en Florida: medios y público. *Revista Surco Sur*, Vol. 6: Iss. 9, 60-63.

DOI: <http://dx.doi.org/10.5038/2157-5231.6.9.17>

Available at: <https://scholarcommons.usf.edu/surcosur/vol6/iss9/18>

This CULTURA Y SOCIEDAD is brought to you for free and open access by the Open Access Journals at Scholar Commons. It has been accepted for inclusion in Revista Surco Sur by an authorized editor of Scholar Commons. For more information, please contact scholarcommons@usf.edu.

La prensa hispana en Florida: medios y público

por Álvaro Sánchez

Los cambios demográficos son procesos sigilosos. A la sombra de los grandes focos de la opinión pública, se ocultan como elementos secundarios de una sociedad, donde pasan desapercibidos. Son pausados y se demoran en un tiempo que dispone, hasta el día que empiezan a marcar un pequeño contraste en la constitución de un país al que ya se consideraba homogéneo.

En Estados Unidos, la victoria electoral de Barack Obama en 2012 asentó el debate internacional sobre el cambio de la demografía. Fruto de la inmigración latina, está sumido en un proceso que está transformando la percepción estereotipada del estadounidense, para dar paso a una nación donde el idioma español se está convirtiendo en cohesionador de una nueva sociedad más multiétnica y, sobre todo, más hispana. Un claro ejemplo se dio durante el pasado Mundial de Brasil, cuando se percibió un incremento de espectadores que apoyaban a la selección de soccer nacional –debido a la afición latina por este deporte– hasta el punto de que el presidente Obama lanzó un mensaje animando al equipo.

En estados como Florida, la presencia inmigratoria se hizo latente hace tiempo. Desde mediados de siglo xx, cuando la emigración hacia la península sufrió un importante aumento debido a la inestabilidad política de la Cuba de Fidel Castro, este fenómeno no ha parado de acrecentarse y, por ende, a alterar la geografía de Miami y convertirla en una importante metrópoli. Según el censo oficial de 2010, la población hispana alcanza los cuatro millones; siendo, con diferencia, la minoría más numerosa del estado con el 22,5%. Desde el año 2000 se ha incrementado un 57% (US Census Bureau, 2010).

La necesidad de conocer la noticia

La inmigración, entendida como cambio demográfico incipiente, no copa titulares en los conglomerados mediáticos. Pasa desapercibida de los grandes periódicos nacionales, mientras en torno a pequeños núcleos locales se empiezan a desarrollar publicaciones creadas por y para este segmento de la sociedad. De este modo, con el progresivo aumento de las personas que hablan español en Estados Unidos –que en 2050 será el primer país hispanohablante del mundo–, han aparecido multitud de diarios y semanarios en esta lengua que cubren ya casi todo el territorio desde que en 1808 apareciera el primer periódico en EEUU del que se tiene referencia (El Misisipi, en Nueva Orleans). Además, no sólo ha aumentado la cantidad, sino también su calidad.

Al principio, tras la consolidación de la población hispana, casi toda la prensa idiomática de este país estaba considerada como de segunda categoría, haciendo excepción de algunos diarios importantes. Ello se debía a que el público al que estaba dirigida –los inmigrantes latinos, en su mayoría–, apenas tenía acceso a la cultura y su capacidad económica era muy limitada (Instituto Cervantes, 2013). Hoy, estos medios tienen tan buena expresión y calidad en los contenidos como los de habla inglesa. Es más, la prensa en español atraviesan una etapa de desarrollo en su difusión e influencia, mientras la anglosajona sufre las consecuencias de

la crisis del modelo actual, con permanentes pérdidas de ventas. Una de las claves de este crecimiento es el gran empleo del idioma en el entorno doméstico. Los estudios de mercado coinciden a la hora de destacar las buenas expectativas a medio plazo para las publicaciones en castellano.

Este ascenso se debió, en parte, al interés de cadenas de periódicos por publicar en la lengua de Cervantes y que antes sólo editaban en inglés, como Freedom, Gannet, McClatchy, Knight Ridder y Pulitzer (Gómez Font, 2008).

Florida

En Florida, el *Diario Las Américas* sería pionero en 1959 al emerger como un medio dirigido por y para cubanos. Ya en 1976, The Miami Herald empezó a traducir el contenido, siendo el primer gran periódico estadounidense que lanzaba una tirada diaria en español. Además, existían pequeñas revistas y boletines de corta vida.

En la actualidad, se encuentran una gran variedad de ediciones de escasa circulación que enfocan sus contenidos a aspectos locales del estado, como son los diarios, o impresiones monotemáticas – principalmente semanarios gratuitos– dirigidas a públicos concretos como cubanos, colombianos o venezolanos. Estas se concentran en las poblaciones de Fort Lauderdale, Tampa, Orlando y, sobre todo, Miami, que se erige como principal ciudad editora.

Al ser publicaciones diarias, y más antiguas y arraigadas en la población hispana, *El Nuevo Herald* y el *Diario Las Américas* son las de mayor circulación y, por consiguiente, los más leídos. Estas dos impresiones centran su información sobre todo en la actualidad local o del conjunto del estado, además de una cobertura a los países de Centroamérica.

En un análisis de sus páginas Web, se apreció como el *Diario Las Américas* incluía una amplia diversidad informativa y una aparente apuesta por el ámbito internacional, que, en suma, superaba a las noticias de Estados Unidos en su conjunto. A pesar de ello, no parecía invertir en este objetivo y la gran mayoría de noticias –sean locales, estatales, nacionales o internacionales– estaban firmadas por las agencias Associated Press y EFE.

En *El Nuevo Herald* sorprendía que a pesar de su vocación internacional –titula su Web con “El Nuevo Herald: Noticias de Cuba, Miami, Venezuela, Colombia, deportes, entretenimiento e inmigración”– su contenido estuviera tan centrado en la localidad de Miami y ni siquiera informaba sobre Colombia, país en el que el 25 de mayo 2013 tenía lugar la primera vuelta de las elecciones presidenciales, solo tres días después de la conclusión del período de análisis.



Prensa en idioma español en Florida

El Noticiero. Publicación quincenal de Fort Lauderdale centrada en el condado de Broward y con una distribución de 20.000 ejemplares al mes.

El colusa. Semanario gratuito de Fort Lauderdale destinado a la población colombiana.

El Colombiano. Semanario gratuito de Davie centrado en la actualidad de Colombia y con una circulación de 35.000 ejemplares

El Venezolano. Semanario de Miami establecido en 1992 y centrado en la población venezolana. Tiene una tirada de 20.000 ejemplares.

El Tiempo. Semanario fundado en Miami en 1963 con una tirada de 25.000 ejemplares. Catalogado como sensacionalista.

Nuevo Siglo Tampa. Semanario gratuito de Tampa-Sarasota creado en 1990 y con una circulación de 27.000 ejemplares.

El Especialito. Semanario gratuito de Miami con una tirada de 25.000 ejemplares.

Semanario Argentino. Semanario de Miami dirigido a los argentinos e hispanohablantes del sur de la Florida.

Libre. Semanario cubano de Miami.

El Popular. Publicación quincenal gratuita establecida en Miami en 1998 que se reparte en las zonas de mayor concentración hispana, siendo los cubanos sus principales destinatarios. Tiene una tirada de 60.000 ejemplares.

La Prensa. Semanario gratuito localizado en la Florida Central, propiedad del grupo ImpreMedia. Es el más antiguo de los medios hispanos en el lugar y está enfocado a la población cubana y mexicana-estadounidense. Tiene una distribución de unos 44.000 ejemplares en Orlando y Tampa.

El Nuevo Herald. Diario de Miami publicado por el grupo de comunicación "The Miami Herald" y propiedad de McClatchy Company. Apareció en 1976 como suplemento en español del diario *The Miami Herald*; casi todo su contenido se traducía entonces del periódico en inglés. Después, en 1987, se cambió el diseño y se le puso el nombre de *El Nuevo Herald*. Su precio es de 50 centavos.

Actualmente es el segundo diario en español más leído en Estados Unidos. Se venden 85.000 ejemplares los días laborales y el fin de semana aumentan hasta los 99.000 en su edición dominical. Su público principal son los cubanos residentes en Miami y Florida, aunque es también la impresión de estas características más leído por los demás hispanos de este estado, sea cual sea su procedencia.

Siete Días. Semanario gratuito de Tampa-Sarasota con una circulación de 25.000 ejemplares.

El Sentinel. Semanario gratuito de Orlando con una distribución de 60.000 ejemplares en la zona central del estado.

El Sentinel del Sur de la Florida. Semanario de Fort Lauderdale con una circulación de 95.000 ejemplares.

La Gaceta. Semanario de Tampa fundado en 1922, siendo el periódico en este idioma más antiguo de Florida. Es la única publicación semanal trilingüe (inglés, español e italiano) de Estados Unidos. Tiene una circulación de 18.000 ejemplares.

Diario Las Américas. Diario fundado en Miami el 4 de julio de 1953. Su precio es de 50 centavos y tiene una circulación diaria de unos 45.000 ejemplares y unos 48.000 los domingos. Está dirigido especialmente a los cubanos residentes en la ciudad de Miami y en el sur del estado de la Florida, aunque tiene suscripciones en otras regiones de EEUU.

El Sol de la Florida. Es un periódico bilingüe de Kissimmee creado por dominicanos en 1994. La primera edición fue dada a conocer bajo el nombre de *La Florida*



El castellano está ganando peso en el negocio mediático y los grandes conglomerados no van a dejar escapar la oportunidad de explotar este nicho de lectores.

Empresarial, ya que el enfoque inicial era dirigirlo al sector financiero del estado. Meses después, se reestructuró para globalizarlo y enfocarlo a los intereses de la comunidad. Surgió el nombre de *El Sol de la Florida*, con una variedad de temas relacionados.

Centro Tampa. Semanario gratuito publicado en Tampa por el grupo de comunicación

Centro, propiedad de Media General. Centro Tampa comenzó a publicarse el 21 de octubre de 2005 como *Centro Mi Diario*. Actualmente, es el mayor periódico en español en Tampa Bay con una tirada de 41 mil ejemplares.

Con el incremento constante de la minoría hispana, es evidente que la prensa estadounidense está cambiando hacia una mayor diversidad lingüística, mostrada en un mayor número de publicaciones o en la consolidación y expansión de las ya existentes. Florida es sólo un reflejo. El castellano está ganando peso en el negocio mediático y los grandes conglomerados no van a dejar escapar la oportunidad de explotar este nicho de lectores. Un claro ejemplo es el proyecto beta impulsado recientemente por *The New York Times* en el que ofrece informaciones en español. Aunque existen periódicos como *Diario Las Américas* con más de 50 años, quizá esté por llegar el gran auge a nivel nacional.

Bibliografía

- Balmaseda Fonseca, B. C. (2011). *Migración hispana hacia Estados Unidos, Florida y Miami. Chilenos en Miami* [en línea]. Santiago: Universidad de Chile [Fecha de consulta 04/06/14]. Disponible en http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2011/ecbalmaseda_f/pdfAmont/ec-balmaseda_f.pdf
- Ennis, S. R.; Ríos-Vargas, M.; Albert, N. G. (2012). *La Población Hispana: 2010* [en línea]. U.S Department of Commerce: U.S Census Bureau [Fecha de consulta 04/06/14] Disponible en <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04sp.pdf>
- Gómez Font, A. (2012). *El español internacional y la prensa hispana en Estados Unidos: La posible y necesaria unidad del español en los medios estadounidenses* [en línea]. Centro Virtual Cervantes [Fecha de consulta 04/06/14] Disponible en http://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_eeuu/comunicacion/agomez.htm.
- López Morales, H. *La comunidad cubana del Gran Miami: elección idiomática y medios de comunicación pública* [en línea]. Centro Virtual Cervantes [Fecha de consulta 04/06/14] Disponible en http://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_eeuu/comunicacion/lmorales.htm.
- López, X., *Un sector en auge. Evolución de la prensa en español de EEUU* [en línea]. Fundación Telefónica (TELOS) [Fecha de consulta 04/06/14] Disponible en <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/cuadernograbar.asp?idarticulo=2&rev=70.htm>.
- Morales López, H. (2009). *Enciclopedia del español en los Estados Unidos*. Madrid: Editorial Santillana. ISBN: 978-84-88252-90-6
- Moreno Fernández, F. (2013). *El español: Una lengua viva. Informe 2013* [en línea]. Instituto Cervantes [Fecha de consulta 04/06/14] Disponible en http://eldiae.es/wpcontent/uploads/2013/06/2013_espanol_lengua_viva.pdf
- _____. (2012) *El español: Una lengua viva. Informe 2012* [en línea]. Instituto Cervantes [Fecha de consulta 04/06/14] Disponible en http://eldiae.es/wpcontent/uploads/2012/07/2012_el_espanol_en_el_mundo.pdf

La prensa hispana en Florida: medios y público