

El español en Estados Unidos: un idioma que derriba muros y abre caminos

Esta es la perspectiva sobre cómo los medios de comunicación en Estados Unidos se han adaptado en los últimos 50 años para dar respuesta a la **creciente sociedad hispanohablante**. El aumento de 11,5 millones de personas en 1976 a 65 millones en 2025 subraya la importancia de esta comunidad, que juega un papel relevante en la política, la economía y la educación, dejando huella en la cultura y el idioma del país. La **demanda de prensa en español** es una consecuencia de esta realidad. Los medios han buscado satisfacer esta creciente necesidad de información, tanto mediante **publicaciones estadounidenses fundadas en español como aquellas que han incorporado esta lengua**.

RICARDO TROTTI

Corría el verano de 1976 cuando aterricé en las vastas llanuras de Dakota del Norte como un joven estudiante de intercambio. Jamás imaginé que me convertiría en un puente lingüístico para los trabajadores golondrinas, aquellos hombres y mujeres de origen mexicano cuyo trabajo en los campos de remolacha alimentaba la central azucarera del pueblo. Aunque la tierra les brindaba sustento, el español, por sí solo, aún no era la llave para superar las barreras de comunicación y las limitaciones que en-

frentaban a diario.

Tiempo después, a principios de la década del 80, mi vocación me llevó a Washington D. C., al corazón de un país que comenzaba a sentir con fuerza el latido de la nueva inmigración. En las páginas de *El Pregonero*, un periódico que daba voz a los recién llegados, cubrí el arribo de miles de centroamericanos que buscaban una nueva vida en el barrio de Adams Morgan. En aquellos días, el Centro Católico Hispano -dirigido por el ahora cardenal Sean O'Malley, entonces

Ricardo Trotti es periodista, autor y artista, ex director ejecutivo de la Sociedad Interamericana de Prensa y ejecutivo de medios en su país de origen, Argentina, y en Estados Unidos

un cura con español perfecto- se erigía como un lugar de encuentro y esperanza.

En ese entonces empecé a observar el profundo cambio que se estaba gestando. Aquella comunidad de 11,5 millones de hispanos de 1976 crecía a un ritmo vertiginoso en todo el país. Hoy, 50 años después, la población hispana, diversa en orígenes, alcanzó los 65 millones de personas; pasó de ser la primera minoría del país a transformarse en la segunda población de habla hispana del mundo después de México.

Una década después me asenté en Miami, donde trabajé en *El Nuevo Herald*, uno de los diarios en español de mayor relevancia. Y en esta ciudad, donde resido desde hace más de 30 años, pude apreciar la riqueza migratoria y su diversidad de orígenes, donde la usual influencia de la diáspora cubana (establecida desde la generación Peter Pan de los 60 hasta el Mariel de los 80) se fue enriqueciendo con la llegada de colombianos, argentinos y venezolanos. La masiva ola inmigratoria de las últimas cuatro décadas demuestra que Estados Unidos se ha beneficiado de las crisis políticas y económicas de sus vecinos del sur, marcadas por la pobreza, la corrupción, la inestabilidad y la inseguridad. También remarca que las nuevas oleadas han traído consigo talentos y habilidades, pero, sobre todo, algo invaluable e invisible a simple vista: cultura e idioma.

Esta valiosa importación de hispanidad y español no es nueva para el país,

data de mucho antes de que las 13 colonias estadounidenses declararan su independencia de Inglaterra. Desde la llegada de los primeros exploradores y colonos españoles en el siglo XVI, el idioma de Cervantes se extendió tras la fundación en 1565 del asentamiento de San Agustín, en la Florida, y de la Luisiana española entre 1763 y 1803. Sin embargo, el mayor cambio surgió después de la guerra con México entre 1846 y 1848, tras la cual Estados Unidos anexó territorios mexicanos, como California, Texas, Nuevo México y Arizona, entre otras áreas. Vestigios de aquel pasado se pueden apreciar hoy con solo recorrer el sur del territorio. A los nombres de ciudades, como Los Ángeles, Santa Fe, San Antonio y Sacramento, se le suman nombres de calles, barrios o plazas, como la avenida Ponce de León, que atraviesa el corazón de la sofisticada área de Coral Gables en Miami.

Aporte cultural

El Gobierno federal siempre apreció el aporte hispano a la cultura. En 1988 instituyó por ley el Mes de la Hispanidad, derivación de la insuficiente semana que se celebraba desde 1968 para crear conciencia sobre la herencia latina. La conmemoración del 15 de septiembre al 15 de octubre no es casualidad; entre esas fechas, además del Día de la Raza (Columbus Day, como prefiere llamarse), se evocan las independencias de Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala,

Honduras, Nicaragua y México. Durante ese mes, en Los Ángeles se celebra el festival de El Grito, por los vítores de emancipaciones pasadas; en Nueva York, el desfile del Día de la Hispanidad hace gala en la Quinta Avenida, y Miami se llena de eventos culturales, culinarios y artísticos, muchos de ellos en torno a la calle Ocho, la principal arteria hispana de la ciudad. Sin embargo, el evento más llamativo en el país es la festividad del 5 de Mayo, cuando se conmemora el triunfo del ejército mexicano sobre el francés, curiosamente una efeméride que en México pasa desapercibida.

El auge del español no puede desvincularse de Puerto Rico, desde que en 1898 se transformó en territorio estadounidense y en 1952 se convirtió en estado asociado

El auge del español no puede desvincularse de Puerto Rico, desde que en 1898 se transformó en territorio estadounidense y en 1952 se convirtió en estado asociado. Desde entonces, la constante conexión cultural y migratoria entre la isla y el territorio continental ha cimentado la presencia del español y la contribución artística puertorriqueña. Ayer, figuras como el cantante José Feliciano abrieron caminos para la explosión del

actual talento boricua, con superestrellas de la música urbana como Bad Bunny, Residente y Daddy Yankee, iconos pop como Ricky Martin, Jennifer López y Marc Anthony, o actores de la talla de Benicio del Toro y Rita Moreno. De manera similar, otros hispanos de diversos orígenes allanaron el camino a los suyos, como las cubanoamericanas Gloria Estefan y Celia Cruz, la mexicana Salma Hayek y la colombiana Sofía Vergara.

Más allá de la música y la rica cultura, los atletas de origen hispano inyectan una pasión popular innegable a las ligas profesionales estadounidenses, cuya intensidad se refleja en la adopción de modismos españoles por parte de cronistas y locutores anglosajones. La NBA, siguiendo el legado de los pioneros hermanos españoles Gasol y del argentino Manu Ginóbili, continúa atrayendo talento hispano cada temporada. En el béisbol, leyendas como el panameño Mariano Rivera y el dominicano Sammy Sosa, así como la llegada de Lionel Messi al Inter Miami y, en su momento, Pelé al Cosmos, encendieron una nueva ola de atención nacional hacia el deporte hispano.

Estas múltiples contribuciones incluyen un rico aporte culinario, que va desde la popularidad de tacos, arepas y pupusas hasta restaurantes con estrellas Michelin como el mexicano Cosme en Nueva York y el venezolano Mita en Washington D. C.

Asimismo, el español cotidiano apor-

ta su valía al léxico general con frases famosas como “hasta la vista, baby”, “gracias” y “mi casa es su casa”. El español también presenta una fascinante variedad regional, incluyendo el *espanish*, influenciado por los orígenes de las comunidades hispanas. En regiones con fuerte presencia caribeña, es común escuchar frases como “¿quieres parquear aquí?” o “te llamo pa’trás”; mientras que entre mexicanoamericanos se oyen expresiones como “voy a textearte” o “¿ya chequeaste el carro?”.

Los medios de comunicación

Ninguna historia se puede relatar sin la influencia de los medios de comunicación. Los primeros esfuerzos por establecer medios en español se remontan a la aparición de periódicos a finales del siglo XIX y principios del XX. Las publicaciones pioneras fueron *El Misisipi* (fundado en Nueva Orleans en 1808), *La Gaceta Mexicana* (Texas, 1813), *El Habanero* (Filadelfia y Nueva York, 1824), *El Clamor Público* (Los Ángeles, 1855), *La Patria* (Nueva York, 1892) y *La Prensa* (San Antonio, 1913).

En la actualidad, *La Opinión* (Los Ángeles, 1926), *La Prensa* (Nueva York, 1913) y *El Nuevo Herald* (Miami, 1987) conforman los vértices del triángulo de mayor influencia en el mercado hispano, a los que se suman semanarios satélites en casi todas las grandes ciudades, como *La Raza* (Chicago, 1970), *El Tiempo Latino* (Washington, D. C., 1991), *Mundo*

Hispanico (Atlanta, 1979), *Al Día* (Dallas, 2003) y *La Voz de Houston* (1979), entre los más importantes.

El español también presenta una fascinante variedad regional, incluyendo el *espanish*, influenciado por los orígenes de las comunidades hispanas

Sin embargo, fueron la radio y la televisión las que marcaron un hito, desde la pionera cadena radial KWKW (1941) en Los Ángeles, a las cadenas televisivas Univision (1961), Telemundo (1984) y CNN en Español (1997). Estos medios, con programación nacional y local a través de redes de afiliados y una programación diversa, incluidas las populares telenovelas, fueron ganando pulso entre los hispanos, muchos de los cuales se resisten a la programación solo en inglés.

En reconocimiento a este fenómeno, los medios anglosajones se inclinaron por los contenidos en español. El *New York Times*, *Los Angeles Times* o la influyente agencia Associated Press mantienen secciones de noticias en español y, en casos más extremos, la cadena anglosajona NBC adquirió Telemundo para reforzar su modelo de negocio.

Los medios en español han contratado periodistas y productores foráneos,

pero también se han nutrido de aquellos que llegan expulsados o perseguidos por sus Gobiernos. También se nutren de las canteras de universidades que ofrecen cursos de posgrado en Periodismo en español o educación bilingüe como la Florida International University y la University of Arizona, entre otras. La Asociación Nacional de Periodistas Hispánicos, fundada en 1982, tiene más de 4.000 socios, entre periodistas que solo hablan español o inglés, bilingües y los que trabajan en medios anglosajones.

Aunque los medios tradicionales mantienen su cuota de influencia, las nuevas plataformas digitales han abierto alternativas para crear, distribuir y consumir información en español. El auge de los blogs, los pódcast y el surgimiento de *influencers* y creadores de contenido en español en plataformas como YouTube, Instagram y TikTok ha añadido una nueva dimensión a la comunicación. A esto se suma el impacto significativo del *streaming*. Plataformas como Netflix, Hulu y HBO reconocen el potencial del mercado y ofrecen cada vez más contenidos originales o doblados al español.

El español, fuerza económica y política

Hoy, el papel del español como idioma de recién llegados ha trascendido. Para más de 41 millones de personas, incluida mi familia, el español es la lengua del hogar. Con mi esposa, siempre inculcamos el español a nuestros hijos, y ahora ellos continúan esta valiosa tradición

con nuestros nietos. Esta transmisión generacional se ve incentivada por la creciente demanda de profesionales bilingües y en el aumento de la participación hispana en los negocios, la innovación y la fuerza laboral.

La Opinión (Los Ángeles),
La Prensa (Nueva York) y
El Nuevo Herald (Miami)
conforman los vértices
del triángulo de mayor
influencia de la prensa
en el mercado hispano

Según la Small Business Administration (SBA), existen más de 4,65 millones de negocios de propiedad hispana que contribuyen con más de 800.000 millones de dólares a la economía al año. El impacto económico total es aún más significativo, alcanzando un récord de 4,1 billones de dólares en 2023, lo que posiciona al PIB latino de EE. UU. como la quinta economía más grande y la de mayor crecimiento a nivel mundial, de acuerdo con el *Informe del PIB latino de EE. UU. de 2025* de la University of California (UCLA). Además, se estima que los hogares hispanos aportaron alrededor de 680.000 millones de dólares en impuestos federales en 2023, de los cuales, 55.800 millones fueron de hogares liderados por indocumentados, según el

American Immigration Council.

Además de su impacto económico, la influencia hispana en la política nacional es cada vez más notoria. En las elecciones presidenciales de 2024, 37 millones de votantes hispanos (el 15% del padrón electoral) estaban habilitados para votar, un aumento del 153% desde el 2000. Esta creciente fuerza electoral se refleja en el Congreso, donde los hispanos ocupan 47 de los 435 escaños. Su influencia es notoria en los principales partidos, Demócrata y Republicano, y quedó demostrada con la histórica designación del primer latino en la influyente Secretaría de Estado, el cubanoamericano Marco Rubio, exsenador y exprecandidato presidencial.

Incertidumbres y desafíos

En el complejo contexto político y económico actual, la incertidumbre y los desafíos son palpables. El periodismo en español, al igual que sus contrapartes anglosajonas, enfrenta serios problemas de sostenibilidad económica. La causa principal radica en la migración de la inversión publicitaria hacia las grandes plataformas digitales. A pesar de los notables esfuerzos de adaptación a la era digital, ningún medio escrito ha logrado retener a la totalidad de su personal ni mantener el volumen y la frecuencia de su información. La radio y la televisión también se han visto obligadas a reestructurarse y reducir su tamaño. Las audiencias han virado sus hábitos de

consumo, volcándose hacia servicios de *streaming* de vídeo como Netflix, Hulu y Amazon Prime Video, y plataformas de *streaming* de audio como SiriusXM, Pandora y Spotify, entre otras.

Fueron la radio -con la pionera KWKW (1941) en Los Ángeles- y la TV -con Univision (1961), Telemundo (1984) y CNN en Español (1997)- las que marcaron un hito

Esta nueva dinámica ha provocado la desaparición de numerosos diarios o semanarios -unos 3.000 en los últimos años- y la reducción de su periodicidad, lo que ha generado “desiertos informativos”, vastas áreas geográficas donde los residentes carecen de acceso a noticias locales, dependiendo de medios nacionales con escasa o nula cobertura de asuntos comunitarios. Si bien algunos medios tradicionales han encontrado refugio en las suscripciones, su futuro continúa incierto ante la merma de ingresos, la migración de audiencias hacia plataformas digitales y redes sociales, y ante un discurso público que erosiona su credibilidad a través de la estigmatización y las noticias falsas.

La diatriba incendiaria no se limita a los medios y periodistas, sino que se

extiende hacia los inmigrantes, especialmente los hispanos indocumentados. Como parte de esta estrategia de descrédito, el presidente Donald Trump decretó, en marzo de 2025, que el inglés es el idioma oficial del país. Aunque la medida pueda parecer inofensiva por su aparente naturalidad y no conlleve una prohibición explícita de otros idiomas, su efecto es insidioso, al favorecer la eliminación gradual de servicios, comunicación y educación bilingüe, lo que envía un claro mensaje de exclusión y marginación a todos los grupos lingüísticos minoritarios. Paralelamente, las políticas migratorias del Gobierno continúan generando un intenso debate y controversia. Si bien los niveles de deportación aún no alcanzan a los de Administraciones anteriores, el discurso antiinmigrante y la práctica de encarcelamiento sin debido proceso de indocumentados alimentan la xenofobia y la discriminación.

Frente a este escenario volátil y ante el silencio de la oposición política, las organizaciones no gubernamentales dedicadas a la defensa de los derechos de los inmigrantes, los medios hispanos y la Iglesia católica, junto con otras denominaciones religiosas, no tienen otra opción más que erigirse como abanderados proactivos en la defensa y promoción de los valores que la hispanidad aporta a este país.

Si bien la política exterior estadounidense tradicionalmente ha centrado su atención en Oriente Medio, Europa

y Asia, la vida cotidiana de sus ciudadanos revela una conexión profunda y cada vez más intensa con lo hispano, que va más allá de la creciente popularidad de su gastronomía, su música y sus festivales. Un número significativo de ciudadanos estadounidenses, estimado en más de un millón, ha elegido países latinoamericanos como su hogar para la jubilación, desarrollando una conexión íntima con las costumbres y estilos de vida en el extranjero, en un movimiento que invierte el flujo migratorio de los latinoamericanos hacia Estados Unidos. Este creciente aprecio por el idioma y la cultura hispana se evidencia también en el auge del aprendizaje del español, que actualmente supera los ocho millones de estudiantes anuales en todos los niveles educativos, desde preescolar hasta la universidad, según el Instituto Cervantes y el Pew Research Center.

El periodismo en español, al igual que sus contrapartes anglosajonas, enfrenta serios problemas de sostenibilidad económica

Así queda demostrado que la cultura hispana, con su invaluable tesoro del idioma español, construido sólidamente por siglos de hispanos nativos e inmigrantes, posee una fuerza intrínseca que prevalece sobre cualquier atisbo político

momentáneo de restricciones y limitaciones, proyectándose con firmeza hacia el futuro.

Esta evolución, de la cual he sido testigo durante 50 años, desde los campos de remolacha azucarera de Dakota del Norte hasta las vibrantes calles de Washington y Miami, me permite afirmar

que el español se ha consolidado como un componente esencial de la cultura e historia estadounidense. Hoy, a diferencia de entonces, el español dinamiza la economía, moviliza la política y enriquece la educación, erigiéndose como una herramienta poderosa para derribar muros y abrir caminos. ■