

La validez informativa de la prensa en lengua inglesa para la comunidad británica de la Costa del Sol a través de un estudio de audiencia

The informative validity of the press in English for the British community of the Costa del Sol through an audience study

Laura López Romero

Universidad de Málaga

lauralopezr@uma.es

Genoveva Novas Martín

Universidad Málaga

gnovas@uma.es

Resumen:

La Costa del Sol es uno de los principales núcleos poblacionales en España donde mayor número de publicaciones periodísticas existen en lengua extranjera. Desde el primer tercio del siglo XX, se ha ido configurado esta oferta mediática en diversas lenguas de los residentes extranjeros afincados en el litoral malagueño, por lo que su trayectoria y expansión constituyen un fenómeno muy arraigado y con fuerte presencia en la actualidad. El presente trabajo aborda la prensa publicada en inglés editada en la actualidad en la Costa del Sol, dirigida al colectivo británico, con el objetivo de conocer su consumo mediático y la utilidad de su contenido informativo para su público lector. Esta comunicación forma parte del Proyecto I+D "Medios de comunicación y construcción europea: estudio sociocomunicativo de los residentes comunitarios en el sur de España y de Portugal" (2016-2019), dirigido por el catedrático de Periodismo, Juan Antonio García Galindo. Los resultados que así se avanzan se han obtenido a partir de una metodología cuantitativa basada en cuestionarios a los lectores, así como el diseño de una base de datos que contiene el censo actual de la prensa en lengua extranjera localizada en la zona de estudio.

Estos medios de comunicación tienen un importante impacto en la vida de los residentes británicos dado que el 83% de los encuestados afirma leer esta prensa. Se considera el idioma como una de las principales motivaciones, pero también el hecho de estar creados en función de sus necesidades e intereses informativos, dando prioridad al ámbito local. En el caso particular de la colonia británica, la actualidad del Brexit y la incertidumbre de un futuro próximo otorgan a estos medios un papel relevante dentro de la dieta mediática.

Palabras clave: prensa en lengua extranjera, británicos, Costa del Sol, estudio de audiencias

Abstract:

The Costa del Sol is one of the main population centers in Spain where a greater number of journalistic publications exist in a foreign language. Since the first third of the twentieth century, this media offer has been configured in different languages of the foreign residents settled in the Malaga coast, so its trajectory and expansion are a very ingrained phenomenon and with a strong presence at present. The present work deals with the press published in English currently published on the Costa del Sol, aimed at the British collective, with the aim of knowing their media consumption and the usefulness of their informative content for their reading public. This communication is part of the R & D Project "Media of communication and European construction: sociocommunicative study of community residents in southern Spain and Portugal" (2016-2019), directed by the journalism professor, Juan Antonio García Galindo. The results obtained have been obtained from a quantitative methodology based on questionnaires to the readers, as well as the design of a database that contains the current census of the press in a foreign language located in the study area.

These media have a significant impact on the lives of British residents given that 83% of respondents claim to read this press. Language is considered as one of the main motivations, but also the fact of being created according to their needs and informative interests, giving priority to the local area. In the particular case of the British colony, the Brexit news and the uncertainty of the near future give these media a relevant role in the media diet.

Keywords: Press in foreign language, British, Costa del Sol, Audience Study

1. BREVE REPASO A LA HISTORIOGRAFÍA DE LA PRENSA EN INGLÉS EN

LA COSTA DEL SOL

El fenómeno de la comunicación periodística deslocalizada está ampliamente extendido en todo el mundo y aunque existen estudios que datan cabeceras desde los inicios del periodismo como actividad profesionalizada en el siglo XVII, su auge se fecha principalmente en la etapa decimonónica, momento en el que los procesos migratorios obran una especial relevancia a nivel mundial.

Este proceso de asentamiento de residentes foráneos ha germinado fundamentalmente desde mediado del siglo XIX la creación de una prensa escrita en las diferentes lenguas extranjeras con el fin de informar a estos núcleos poblacionales y también para fortalecer una cohesión social entre las comunidades.

En el caso de España, la aparición de las primeras cabeceras en lengua extranjera orientadas a una población residente, así como a viajeros surge en el siglo XIX en puntos de claro interés turístico como las Islas Baleares y las Islas Canarias. Los primeros ejemplos de este tipo de prensa son *L'Exotique, revista de ciencia y literatura*, editada en Palma de Mallorca en 1842; el periódico *The Tenerife News*, editado en Tenerife en

1891 y la revista *The Canary Islands Review*, de 1903. (García Galindo, 1998; López Romero, 2009).

La Costa del Sol cuenta con una tradición histórica de población británica residente, así como otro tipo de nacionalidades extranjeras. Tres son los puntos clave que contextualizan a la ciudad de Málaga como foco emergente del fenómeno objeto de estudio en este artículo: la evolución del turismo, el desarrollo de las comunicaciones entre territorios y la llegada de nuevos empresarios extranjeros a tierras malagueñas.

En este caldo de cultivo, fruto de la madurez del periodismo informativo malagueño y con el ánimo de plantear nuevos retos empresariales que escasamente se habían desarrollado en otros puntos del país, surgen en Málaga tres proyectos periodísticos de importante calado, orientados hacia la comunidad británica asentada en la ciudad: en 1915 nace la publicación *Los Aliados*; en 1926 nace el periódico *British Colony Gazette*; y en 1930, el rotativo malagueño *La Unión Mercantil* inaugura una sección semanal escrita en lengua inglesa bajo el título de *Weekly English News*. (García Galindo, 1995; López Romero & Serrano Porras, 2016).

Tras la guerra civil y la dictadura, será a partir de la década de los años 60 cuando la prensa en lengua extranjera en la provincia de Málaga tome un impulso muy importante, en paralelo al boom turístico y a la expansión del turismo residencial, con la aparición de la revista *Lookout* (1963-2004) y más tarde, en 1984, con el todavía vigente *Sur in English*.

A día de hoy, la Costa del Sol es uno de los principales núcleos poblacionales en España donde mayor número de publicaciones periodísticas existen en lengua extranjera. Un primer censo realizado en el año 2005 cifró en 124 el total de prensa escrita dirigida a las diferentes comunidades extranjeras en la Costa del Sol. La prensa en inglés era la mayoritaria, con un 73%. (López Romero, 2009).

Los resultados que avanzamos en este texto ofrecen datos de un nuevo censo creado a fecha de 2018. Así mismo, por primera vez, se ofrece un estudio de audiencias, a través de cuestionarios a la comunidad británica residente en la Costa del Sol.

2. METODOLOGÍA

Los datos que avanzamos en este texto forman parte del Proyecto I+D "Medios de comunicación y construcción europea: estudio sociocomunicativo de los residentes comunitarios en el sur de España y de Portugal" (2016-2019), dirigido por el catedrático de Periodismo, Juan Antonio García Galindo. Los resultados que así se adelantan se han obtenido a partir de una metodología cuantitativa basada en cuestionarios a los lectores, así como el diseño de una base de datos que contiene el censo actual de la prensa en lengua extranjera localizada en la zona de estudio.

Es necesario puntualizar, que para esta comunicación se han extraído los datos de los medios escritos en inglés en la Costa del Sol y los resultados procedentes de las

encuestas realizadas a la población británica residente. Se trata por tanto, de un avance de los resultados obtenidos, dada la magnitud del proyecto expuesto.

El objetivo de esta base de datos ha sido realizar un censo para obtener una radiografía del estado actual de los medios de comunicación destinados a extranjeros en la Costa del Sol y Algarve. El censo se realizó de enero de 2016 a mayo de 2018 en la Costa del Sol, teniendo en cuenta todos los medios de comunicación que se producen en ambas zonas de estudio.

En relación al cuestionario, se han completado un total de 413 encuestas a la comunidad británica. El perfil del encuestado debía responder a las siguientes características: británico residente en la Costa del Sol, que habitara un mínimo de 6 meses al año, de lo contrario, sería considerado turista y no residente.

El objetivo de la encuesta ha permitido conocer su dieta mediática así como otros aspectos como su nivel de integración, su situación personal, y su opinión sobre el proceso de construcción europea.

3. CENSO DE PUBLICACIONES EN LENGUA INGLESA EN LA COSTA DEL SOL Y PERFIL DEL LECTOR

3.1. Censo actual de medios de comunicación en inglés en la Costa del Sol

Pese a que el fenómeno estudiado tiene una larga trayectoria en el tiempo —las primeras manifestaciones aparecen durante el primer tercio del siglo XX— no es hasta el año 2005 cuando se elabora el primer censo (López Romero, 2009). En este registro encontramos 124 medios escritos, principalmente periódicos y revistas, en las lenguas de los residentes afincados en el litoral malagueño (inglés, alemán, sueco, holandés, francés, etc.). Teniendo esta observación como punto partida, se ha realizado una nueva aproximación al objeto de estudio con el fin de determinar no solo el número actual de medios de comunicación para extranjeros, sino los cambios en la estructura mediática influenciados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y el aumento de los medios en plataforma online, así como otros efectos adversos como la crisis económica y la propia crisis de la prensa escrita.

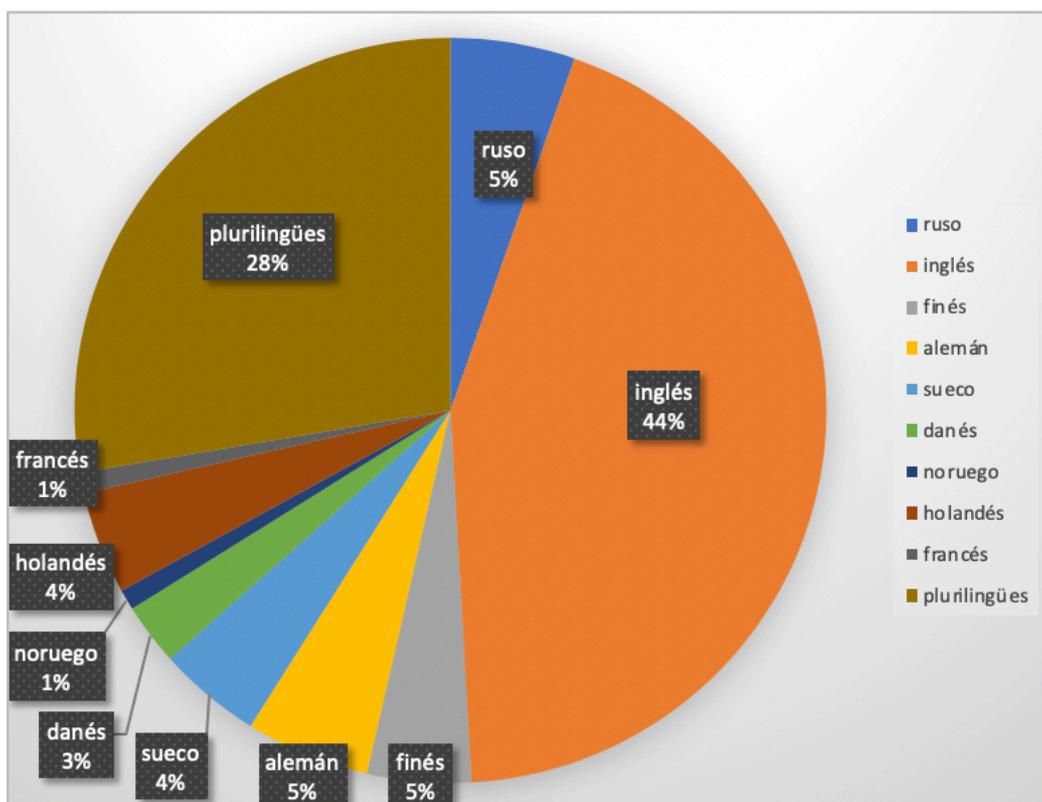
Esta comparativa entre ambos registros nos ha servido para comprobar cuáles de aquellos medios siguen existiendo en la actualidad y contemplar la aparición de otros nuevos. Esta fase de la investigación se ha llevado a cabo mediante una intensa búsqueda. En una primera instancia, a través de las agencias de comunicación, anuarios, base de datos y hemerotecas. Sin embargo, al obtener datos muy desalentadores, se ha optado por buscar directamente en los municipios que conforman toda la geografía de la provincia de Málaga, con especial atención en departamentos de extranjeros, zona de especial interés como aeropuerto, asociaciones, oficinas de turismo, otros establecimientos de uso habitual por parte de la población extranjera, urbanizaciones y zonas residenciales de mayor repercusión entre la población foránea, etc.), y contactando directamente con los periódicos y revistas de los que se tenía constancia.

Esta búsqueda se ha desarrollado en el periodo comprendido entre enero del año 2016, fecha en la que se inicia el proyecto de investigación, y mayo de 2018, límite determinado dentro del cronograma de investigación para el desarrollo de esta fase. A diferencia del censo anterior, y teniendo en cuenta los nuevos tiempos y los nuevos consumos mediáticos, el registro está compuesto no sólo de prensa escrita, sino también de medios electrónicos y radios. A continuación se exponen los datos genéricos:

En concreto en la Costa del Sol se recogen 112 medios de comunicación para extranjeros en las diferentes lenguas (ruso, inglés, finés, alemán, sueco, danés, noruego, holandés, francés y plurilingües). Como se puede observar en el gráfico 1, el 44% de los medios censados son en inglés (49 medios) por lo que podemos determinar que es la lengua principal que utilizan los medios de comunicación para extranjeros en la zona de estudio. Además de este dato, existe un

número representativo de medios plurilingües en los que predomina el binomio inglés-español (17 medios). Como se ha indicado anteriormente, este censo comprende todos los medios de comunicación, incluyendo en este caso las radios.

Gráfico 1. Censo de medios de comunicación para extranjeros por idiomas en la Costa del Sol (2018)



Fuente: Elaboración propia

3.1.1 La prensa en inglés editada en la Costa del Sol

Centrándonos en la prensa, objeto de estudio de la presente comunicación, se han censado 45 medios ya sea en formato papel, digital o ambos, que utilizan el inglés como única lengua. Si a este número sumamos además aquellos plurilingües que hacen uso del inglés junto a otros idiomas, la cifra asciende a 71. Los datos que se exponen a continuación se refieren al análisis de estos 71 medios de comunicación.

Pese a la actual proliferación de medios digitales, sigue existiendo una importante representación de prensa escrita en papel, concretamente 59 medios, un número muy elevado, teniendo en cuenta la zona geográfica de estudio. Es necesario destacar que muchos de estos medios también cuentan con una versión digital y/o exportan sus ejemplares en la plataforma de publicación digital ISSUU. Tan solo 12 medios censados utilizan Internet como única plataforma.

En cuanto al formato, la mayor parte de estos medios son revistas y periódicos. En la siguiente tabla podemos observar el predominio de los formatos clásicos: revistas (34) y periódicos (17). También hay un número representativo de guías (6 en papel y 1 digital) debido al territorio eminentemente turístico y con una amplia oferta de ocio en el que se desarrollan estas publicaciones.

Tabla 1. La prensa en inglés editada en la Costa del Sol por formato (2018)

FORMATO	
Periódico	17
Revista	34
Guía	6
Boletín	2
Boletín digital	1
Medio digital	10
Guía digital	1

Fuente: Elaboración propia

Según los datos extraídos del censo, la periodicidad de este tipo de prensa es generalmente mensual (34%), al tratarse en su mayoría de revistas. También se observa un importante número de medios quincenales (13%), sobre todo periódicos. La inestabilidad de este tipo de medios y la existencia de algunos exclusivamente en Internet hace que la “periodicidad no definida” sea del 24%.

Sobre la orientación y naturaleza del medio, cabe destacar que la mayor parte de este tipo de prensa contiene piezas sobre ocio y entretenimiento, y publicidad (18). Otros medios hacen una combinación de información-ocio y entretenimiento-publicidad (12). Esta tendencia se corresponde fundamentalmente con las revistas dedicadas al *Lifestyle*. Ejemplo de ello son *Xmagazine Marbella* o *Essential Marbella Magazine*. Los medios de comunicación en los que predomina la información (5) son periódicos, como el recientemente desaparecido *Costa del Sol News*, u otros que siguen su actividad como *Euro Weekly News* o *Sur in English*. Pese a que su orientación sea fundamentalmente informativa, estos periódicos contienen una gran carga publicitaria ya que la mayoría

son gratuitos y su principal fuente de financiación es la publicidad. Por otro lado, la mayor parte de sus contenidos, tanto en las revistas como en los periódicos, son de carácter local.

3.2. El perfil del lector y su consumo de prensa en inglés editada en la Costa del Sol

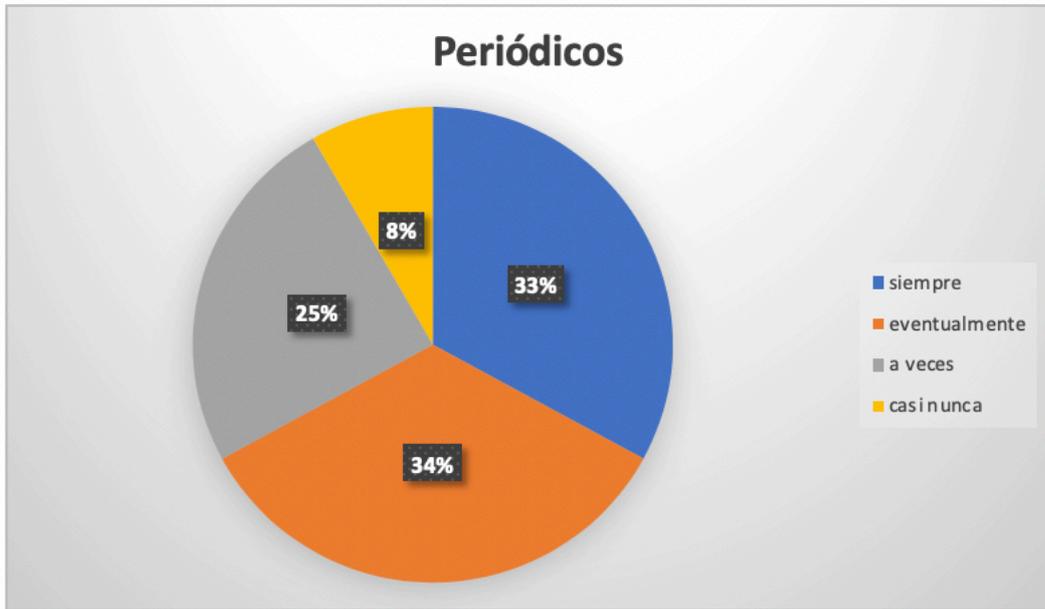
Para el diseño de la encuesta se ha hecho uso de los datos oficiales de los residentes extranjeros procedentes del Padrón Municipal del Instituto Nacional de Estadística a 1 de enero de 2017, fecha a partir de la cual se inicia la fase de encuestas. Somos conscientes de que no son cifras absolutas, ya que muchas de estas personas no constan en los registros oficiales. Como se ha mencionado con anterioridad, la presente comunicación forma parte de un proyecto I+D que estudia no sólo a la población británica, sino a todos los extranjeros europeos que residen en la Costa del Sol y el Algarve, y que tienen representación mediática. Es por ello, que el número de cuestionarios viene determinado por esta particularidad. Así pues, se han realizado encuestas por nacionalidades siguiendo la proporción derivada de los datos oficiales. En total se han realizado 413 encuestas a británicos residentes en la Costa del Sol, y que consideramos potenciales consumidores de este tipo de medios. Es importante destacar que dentro de los colectivos estudiados, el británico es el más numeroso en la provincia.

En cuanto al perfil socioeconómico de los encuestados, el 60% son mujeres, mientras que el 40% son hombres. La edad media es de 62 años, existiendo un importante número de personas mayores de 70 años. Es por esta razón que el 75% está jubilado, aunque existe un importante 15% que trabaja por cuenta ajena. La mayor parte de los encuestados se instaló en España entre el año 2000 y el 2005. El 82% afirma vivir en España a tiempo completo y el 68% en una casa de su propiedad.

De los datos obtenidos observamos que nos encontramos con una población de edad avanzada que vive en España de forma estable e indefinida. Muchos de ellos desconocen el idioma ya que hay tantos turistas y residentes extranjeros anglófonos en la zona, que resulta más fácil no hablar español que hacerlo (O'Reilly, 2008).

En cuanto al consumo de medios en lengua extranjera producidos en la Costa del Sol, el 83% de los británicos encuestados afirma consumirlos. Entre los medios que reconocen como los más leídos destacan los periódicos *Costa del Sol News*, *Euro Weekly News*, *Sur in English* y *The Olive Press*.

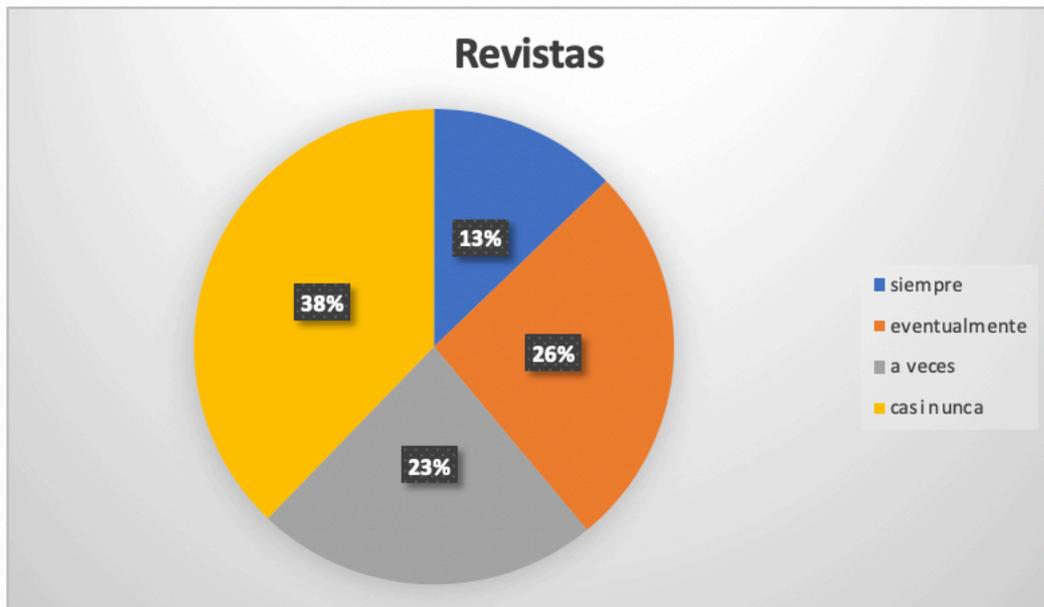
Gráfico 2. Consumo de periódicos en inglés editados en la Costa del Sol



Fuente: Elaboración propia

Pese a que existe un mayor número de revistas que se editan en el entorno de estudio, los periódicos tienen mayor acogida entre la población encuestada. El 33% de los británicos afirma leerlos siempre y un 34% eventualmente. Sin embargo, en el caso de las revistas el 38% manifiesta que no las consume casi nunca. (Gráficos 2 y 3).

Gráfico 3. Consumo de revistas en inglés editadas en la Costa del Sol. Resultado de la encuesta a residentes británicos.



Fuente: Elaboración propia

La tendencia a lo local de estos medios encaja con las preferencias de sus lectores. En este sentido, cuando se les cuestiona sobre las razones para consumir este tipo de prensa el 21% manifiesta “porque me ayuda a conocer la Costa del Sol”. Asimismo, la utilidad de la información recibida también es un importante motivo a la hora de elegirlos y la opción “porque me da información útil para mi vida diaria” es marcada por el 19% de los encuestados.

Dentro de las principales motivaciones para leer estos medios encontramos el idioma, ya que el 16% afirma leer estos medios “porque está escrito en mi idioma”. De estos datos se extrae la existencia de “un interés manifiesto por conocer lo que acontece a su alrededor, pero en los términos de su propia lengua” (Novas Martín, 2014).

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los problemas económicos, la crisis de la prensa y los cambios en la población que han sucedido en los últimos años, desde el primer censo realizado en 2005, han traído consecuencias en el panorama mediático de la Costa del Sol.

Los medios de comunicación en inglés siguen siendo los más numerosos, lo que encaja también con las cifras de población extranjera residente, puesto que los británicos son el colectivo mayor en la provincia.

Entre el censo que se creó en 2005 y el presente de 2018 el número de medios ha disminuido en 12 medios, sin embargo esto no significa que solo hayan dejado de editarse 12 medios, sino que durante este periodo algunos dejaban de existir al tiempo que aparecían otros nuevos. A pesar de la crisis en el sector, este cambio no es especialmente llamativo y podría decirse que todavía la prensa para la comunidad extranjera goza de buena salud.

Si es notable indicar que se ha producido la desaparición de algunos periódicos y revistas “de referencia” para la población extranjera. Un ejemplo de ello es el semanal *Costa del Sol News* desaparecido a mediados del año 2018 después de 22 años en activo. Según los británicos residentes este periódico era considerado como uno de los medios más leídos. Se trata además del único periódico de pago en lengua inglesa, puesto que el resto se obtiene de forma gratuita y su fuente principal de financiación es la publicidad.

La mayoría de los medios actuales cuentan con una versión en papel y otra electrónica, adaptándose a los nuevos tiempos y consumos informativos. También hay medios que han surgido directamente en Internet. Por tanto se trata de un fenómeno vivo, ya que no sólo se mantienen medios con más de 20 años de vida, sino que surgen nuevos en formatos tradicionales y en la Red.

Podemos afirmar que estos medios de comunicación atienden a una demanda informativa por parte de sus lectores, ya que más del 80% de los encuestados afirma consumir este tipo de medios. Además existe una tendencia a lo local e incluso microlocal que se corresponde con el interés de la población a la que va dirigida. Es por ello que la mayoría de los municipios en los que residen británicos se edita al menos un periódico o revista.

Aunque dentro de la estructura mediática en inglés existe un mayor número de revistas, los periódicos tienen mayor acogida entre la población encuestada. Las revistas cuentan con contenidos sobre estilo de vida, sociedad, y ocio. Sin embargo los periódicos se inclinan hacia la información. Los contenidos publicitarios tienen gran peso en ambos formatos.

La lengua y la utilidad de la información son motivaciones destacadas a la hora de consumir estos medios de comunicación lo que tiene que ver con el perfil medio del lector, residente mayor de 60 años que observa en los medios una herramienta útil para su vida diaria que además está escrita en su propio idioma.

En el caso particular de la colonia británica, la actualidad del Brexit y la incertidumbre ante el futuro próximo otorgan a estos medios un papel relevante y estratégico, ya que muchos de ellos se han dedicado a informar sobre la salida de Reino Unido de la Unión Europea, pero desde una perspectiva local y haciendo especial hincapié en explicar cómo afectaría a los actuales residentes británicos.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

García Galindo, J.A. (1999). *La prensa malagueña : (1900-1931): estudio analítico y descriptivo*. Málaga : Ayuntamiento, Área de Cultura.

- (1995) J.A., *Prensa y Sociedad en Málaga, 1875-1923*. Málaga: Edinford.

López Romero, L. (2009). *Prensa y comunidad extranjera en España. Estudio descriptivo y analítico de Málaga*. Madrid: Quiasmo editorial

López Romero, L, y Serra Porras, J. (2016). La apuesta periodística en lengua inglesa a principios del siglo XX en Málaga: *British Colony Gazzete (1926)* y *Weekly English News (1930)*. *Historia y Comunicación Social*, Vol. 21. Núm. 1, 175-188.

O'Reilly, K. (2008). Hosts and Guests, Guests and Hosts: British residential tourism in the Costa del Sol. En Obrador Pons, P., Travlou, P. y Crang, M. (eds.), *Doing Tourism: Cultures of Mediterranean Mass Tourism*. Aldershot: Ashgate.

Novas Martín, G. (2014). *La prensa extranjera como herramienta de integración para las comunidades foráneas. Los periódicos en lengua inglesa editados en la Costa del Sol*. (Trabajo Fin de Máster). Máster de Investigación en comunicación Periodística, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga.

CURRÍCULUM DE LOS AUTORES

1 Laura López Romero

Málaga, España. Laura López Romero es licenciada en Periodismo (2002), máster en NNTT de la Comunicación y la Información (2002) y doctora en Ciencias de la Comunicación (2007) por la Universidad de Málaga. Es docente del departamento de Periodismo desde 2003. Desde 2015 es Coordinadora del Grado de Periodismo. Desde 2012 imparte docencia en el máster de "Comunicación Audiovisual y Educación" de la Universidad de Huelva y la UNIA donde coordina el módulo "Las nuevas caras del periodismo impreso: hacia un mundo digital". Es coordinadora en Málaga del Grupo Comunicar. Es autora de varios libros y artículos científicos sobre la historia del periodismo en Málaga, sobre la historia y estructura de la prensa en lengua extranjera en España y sobre alfabetización mediática. En la actualidad desarrolla una línea de investigación sobre la represión a periodistas durante la Guerra Civil en Málaga.

2 Genoveva Novas Martín

Málaga, España. Licenciada en Periodismo (2013). Máster en Investigación en Comunicación Periodística (2014). Doctoranda del Programa de Doctorado en Educación y Comunicación Social de la Universidad de Málaga. Técnico de Investigación coordinadora del Aula María Zambrano de Estudios Transatlánticos UMA-ATECH (desde 2014). Técnico del Campus de Excelencia Internacional Andalucía TECH, Universidad de Málaga (Desde 2014). Principales áreas de trabajo: La prensa en lengua extranjera en España, Historia del Periodismo, Estudios Transatlánticos Comparados.