

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE ANÁLISIS
Y TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN
DEPARTAMENTO DE
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD.
PERIODISMO Y LITERATURA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA



4
Pliegos
de Información

PERIODISMO Y COFRADÍAS

J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ (ed.)

J. ÁLVAREZ - L. ARJONA - A. AVENDAÑO

S. BECERRIL - A. L. CAÑADAS - J. CRIADO

J. E. DURÁN - J. FERNÁNDEZ - J. J. LEÓN

A. LÓPEZ HIDALGO - J. L. MANFREDI - P. MORENO

M. P. OLIVER - P. ORIVE - F. OSORIO

M. PONCE - J. DEL RÍO - R. REIG

F. ROSALES - F. ROSELL - S. SÁNCHEZ TRAYER

J. D. SANMARTÍN - A. SERRANO

R. 3279

070
per

J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ (edición)
J. ÁLVAREZ - L. ARJONA - A. AVENDAÑO
S. BECERRIL - A. L. CAÑADAS - J. CRIADO
J. E. DURÁN - J. FERNÁNDEZ - J. J. LEÓN
A. LÓPEZ HIDALGO - J. L. MANFREDI - P. MORENO
M. P. OLIVER - P. ORIVE - F. OSORIO
M. PONCE - J. DEL RÍO - R. REIG
F. ROSALES - F. ROSELL - S. SÁNCHEZ TRAVER
J. D. SANMARTÍN - A. SERRANO



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
BIBLIOTECA

PERIODISMO Y COFRADÍAS

724725

PLIEGOS DE INFORMACIÓN

Sevilla, 1996

PLIEGOS DE INFORMACIÓN es una Colección
del *Equipo de Investigación de
Análisis y Técnica de la Información*
adscrito al *Departamento de Comunicación Audiovisual
y Publicidad, Periodismo y Literatura*
de la *Universidad de Sevilla*.

Consejo Editorial:

José Álvarez Marcos, *secretario*.
Mariano Belenguer Jane.
Francisco L. Córdoba Berjillos.
Teresa Garrido Conde.
Dr. José Manuel Gómez y Méndez, *director*.
Antonio López Hidalgo, *coordinador*.
Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral.
Dra. Pastora Moreno Espinosa.
Dr. Manuel Ponce Ruiz.
Dr. Ramón Reij, *coordinador*.

© Los autores.

Correspondencia: Pliegos de Información.
Equipo de Investigación de Análisis y
Técnica de la Información.
Departamento de Comunicación Audiovisual
y Publicidad, Periodismo y Literatura.
Facultad de Ciencias de la Información.
Gonzalo Bilbao, 7. 41003-Sevilla.

Diagramación: Dr. J. M. Gómez y Méndez.

Impresión: Gráficas Los Palacios.
Avda. de Sevilla, 2. Los Palacios (Sevilla).

I.S.B.N.: 84-921181-2-1.

Depósito Legal: SE-589-1996.

Prólogo

Desde principios del año 1995, el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, integrado en la Universidad de Sevilla, se planteó unas líneas de investigación de cara al «II Plan Andaluz de Investigación» que dinamizan las Consejerías de Educación y Ciencia y de Industria de la Junta de Andalucía. Sus integrantes, hoy docentes universitarios que –casi en su totalidad– ejercieron el Periodismo durante varios años¹, consideramos que nuestros estudios debían ser sobre realidades directas más que empíricas. En el mes de enero del indicado año, escuchamos al arzobispo de Sevilla, monseñor Carlos Amigo Vallejo², en el salón de actos –o sala de proyecciones como también se le

¹ A la fecha de este Prólogo, el Equipo de Análisis y Técnica de la Información, constituido a finales de 1991, en el seno de la Universidad de Sevilla, de acuerdo con el Capítulo Segundo del Título III de sus Estatutos en vigor (aprobados por la Junta de Andalucía mediante el Decreto 148/1988) está formado por los siguientes profesores universitarios adscritos al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Literatura (por orden alfabético de apellidos y primero los doctores): José Manuel Gómez y Méndez, Juan Luis Manfredi, Pastora Moreno Espinosa, Manuel Ponce, Ramón Reig, José Alvarez, Mariano Belenguier, Francisco Luis Córdoba, Teresa Garrido Conde y Antonio López Hidalgo.

² Entre el 15 de diciembre de 1994 y 26 de enero de 1995, en la sevillana Facultad de Ciencias de la Información, se celebraron las «V Jornadas sobre Comunicación, Historia y Sociedad», dirigidas por el doctor Alfonso Braojos Garrido, profesor en el indicado Centro Universitario de «Historia del Periodismo» y a su vez director de la Hemeroteca Municipal de Sevilla. El tema monográfico de dicha actividad, desarrollada dentro del Convenio existente entre la Universidad de Sevilla y el

llama— de la Facultad de Ciencias de la Información que a la Iglesia de hoy no le preocupan los macromedios, que los sigue teniendo sin las pretensiones que pudo poseer en otros tiempos, y sí le importan los micromedios a través de los cuales —señaló— la Iglesia Diocesana llega a 350.000 sevillanos mediante los Boletines de hermandades y la hoja «Iglesia en Sevilla» que se distribuye a través de las parroquias³. Tras oír las palabras de la primera autoridad de la estructura eclesial sevillana, tuvimos definida la premisa que debía inducir uno de nuestros senderos investigadores: la Información Religiosa. Y dentro del tema religioso, en esta tierra andaluza, como investigadores del quehacer periodístico, cuando no existe realidad consolidada al ser recientes los estudios de Periodismo en Andalucía y más concretamente en la zona occidental, teníamos una parcela de honda difusión como es la Información Cofrade. Quien estas líneas escribe ya se había preguntado, siendo secretario general de la Coordinadora de Asociaciones de la Prensa de Andalucía⁴, sobre el porqué unos Medios de Comunicación Social, considerados como macromedios, daban tanto espacio a la Información Cofrade no sólo cuando llega la Cuaresma con las hermandades de Penitencia sino a lo largo del año con las hermandades de Gloria y se llegó a plantear en algún momento efectuar una recogida de datos a través de la indicada institución asociativa no llegando a materializar la idea; una vez en el seno universitario, volvió a pensar en lo mismo, exteriorizándose al presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla, como preocupación sobre una realidad informativa que se da mayoritariamente en la ciudad hispalense sobre el

Ayuntamiento hispalense, a través de su Concejalía de Cultura, fue «De la Conferencia de Yalta a la Unión Europea: bases y condicionantes de un proceso histórico (1945-1995)». En la tarde del día 12 de enero de 1995, monseñor Carlos Amigo Vallejo disertó sobre «La perspectiva europea desde el Vaticano II», ante un salón totalmente abarrotado ya que no es habitual que el conferenciante hable fuera del ámbito religioso, haciéndolo por segunda vez en el orbe universitario sevillano desde que tomó posesión como arzobispo de Sevilla allá en 1982.

³ En Sevilla existen 59 hermandades de Penitencia, 54 de Gloria y 47 Sacramentales, integradas a su vez en el Consejo General de Hermandades y Cofradías, las cuales —al menos las de Penitencia— tienen sus Boletines con periodicidades y contenidos variables. Cada semana en los atrios de las parroquias, puede obtenerse una edición denominada «Iglesia en Sevilla» con cuatro páginas en formato de 20x28,5 centímetros; la cabecera y datos identificativos en la última van en tinta roja, estando todo el resto impreso en negro, con el indicador de «Semanario Diocesano» y la fecha coincidente a cada domingo; aunque figura «Donativo: 15 pesetas», no posee vendedor o vendedora, sino se halla sobre mesa con otros materiales difusores de temática religiosa, sí apareciendo en algunos lugares un cestillo para que se deposite —si se desea— la colaboración económica, aunque puede recibirse en domicilio mediante suscripción; consta como director Angel Gómez Guillén, siendo la responsabilidad editorial de la Oficina Diocesana de Información del Arzobispado.

⁴ En dicha Coordinadora estaban integradas las diez Asociaciones de la Prensa existentes en Andalucía: una por cada provincia, salvo en Cádiz que existen las de Cádiz, Jerez de la Frontera y Campo de Gibraltar con sede en Algeciras. Actualmente, el ente colectivo se denomina —desde 1994— Federación de Asociaciones de la Prensa de Andalucía.

resto de los restantes municipios andaluces y no digamos ante la realidad de otras Comunidades Autónomas. Una vez escuchada la voz arzobispal y debatida la temática entre los miembros del Equipo de Investigación, nos interrogamos si existe una información especializada cuando el Periodismo tiende hacia una Información Local, cómo se elaboran los Boletines de hermandades y cuáles sus estructuras de contenidos y continentes, hasta dónde existe un mensaje y un receptor, en sí nos planteamos las premisas necesarias de todo proyecto de investigación quedándonos patente el propio *lid*⁵ periodístico del qué, quién, dónde, cómo, cuándo, por qué y para qué. Y tras pautamientos necesarios y analizar su viabilidad, cuando llegó el verano del 95 y hubo que formalizar las líneas de investigación para el quinquenio 1996–2000, nos ratificamos en nuestro proyecto investigador porque consideramos que era un tema sumamente importante y estudiarlo supone un servicio de la Universidad, a la que pertenecemos, al entorno social al que debe servir⁶.

Supimos desde el primer instante que nuestro cometido sería duro y difícil por cuanto supondría un largo ajetreo reunir el material necesario para llegar a unas conclusiones metodológicas y científicas. Efectuamos un plan quinquenal de trabajo. Buscamos la colaboración de instituciones y organismos ajenos a la Universidad para cubrir nuestros objetivos de captación de fuentes y apoyos tanto investigadores como económicos, encontrando desde el primer instante que acudimos a ellos, y hasta la fecha, la incondicionalidad de la Asociación de la Prensa de Sevilla y la Caja San Fernando de Jerez y Sevilla. En otros espacios se nos escuchó pero se dudó de nuestro proyecto investigador⁷, planteado en esta actividad como un estudio de campo y por eso le denominamos «Encuentro» porque nos acercaría a todos a

⁵ Una castellanización del término inglés «lead» podría ser *lid* de acuerdo con su fonética. Tendríamos también los siguientes vocablos: entrada, entradilla, copete, arranque (LOPEZ DE ZUAZO ALGAR, A.: *Diccionario del Periodismo*. Pirámide, Madrid, existen varias ediciones, la primera es de 1978, págs. 116, 76, 77, 53, 54, 23). No es momento para adentrarnos en ello, sin embargo habría que dejar constancia que el *lid* tiene un valor más periodístico en profundidad de expresión teórica que las cuatro acepciones planteadas por el profesor López de Zuazo que serían más de ejercicio profesional y por eso castellanizar su uso casi siempre en cursiva o entrecomillado al hacerse en inglés; la profesora Petra María Secanella ya publicó un libro donde castellanizó el término (véase *El lid: fórmula inicial de la noticia*. Ed. Mitre, Barcelona, 1987).

⁶ El fin social de la Universidad de Sevilla queda recogido en sus Estatutos ya indicados en la nota 1; existen varias ediciones efectuadas por el Servicio de Publicaciones a través de los Vicerrectorados de Estudiantes y de Extensión Universitaria; la más divulgada es la edición de 1990.

⁷ Hacía años que no nos vimos con tantas presiones y tensiones como las tenidas durante la organización del «I Encuentro sobre Información Cofrade», existiendo hasta el peligro de haber naufragado en las pretensiones del proyecto investigador tal y como le concebíamos, sin embargo funcionó la solidaridad periodística como en los mejores tiempos, no existiendo mella en el Equipo, reforzándose la vinculación de sus integrantes, todos conscientes de cuantas acciones externas llegaban con la

conocer en torno a la Información Cofrade, a quienes acudiesen a las sesiones públicas y a quienes deseábamos estudiarla, pues en lugar de ir hasta los intervinientes para obtener datos, ellos habían de venir hasta una sala y exponer. El primer «Encuentro» se celebró los días 29 y 30 de noviembre y 1 de diciembre de 1995 en la salón de actos de la Facultad de Ciencias de la Información que nos fue cedido en uso para tal fin. Tras un acto inaugural donde intervinieron la alcaldesa de Sevilla –Soledad Becerril–, el director general de Comunicación Social de la Junta de Andalucía –Antonio Serrano Gálvez–, el presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla –Santiago Sánchez Traver–, la vicedecana de Investigación y Extensión Universitaria de la indicada Facultad de la Universidad de Sevilla –Isabel Aler– y quien prologa este libro, se celebraron tres paneles –«La Información Cofrade desde los Medios Impresos», «La Información Cofrade desde las hermandades» y «La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales»– y una conferencia del profesor Pedro Orive. Nos dirigimos, en su momento, a los directores de los Medios Impresos y Audiovisuales con la finalidad que ellos interviniesen o designasen a un representante para exponer cuanto quisieran en torno a la Información Cofrade desde sus Medios⁸, a los cuales estamos totalmente agradecidos por las acogidas tenidas a nuestra llamada, así como a los hermanos mayores o representantes de hermandades a las que invitamos para intervenir. Así se realizó el primer paso. Seguirán otros «Encuentros» con otros contenidos, con otras intervenciones para nuevas captaciones de datos y adquisición de materiales en fuentes para cumplir nuestro quinquenio lentamente y sin pausa.

Sí se ha de dejar constancia de la gratitud del Equipo –y así lo expresé en mi intervención en la apertura del «I Encuentro»– a la señora alcaldesa de Sevilla, Soledad Becerril, que desde el primer momento que se solicitó su presencia para la sesión inaugural del evento, contestó positivamente a nuestro requerimiento de manera incondicional y como ella sabe hacerlo con todo cuanto suponga una aportación

finalidad de paralizar nuestros objetivos científicos. Una vez más se demostró que el nexo de la profesión periodística funciona –y no es corporativismo como otros han querido achacarle a lo largo de su historia, pues si fuese así ya habría creado instituciones profesionales de envergadura como otras titulaciones, acogiendo a la legislación vigente–; de ello bien saben algunos miembros del Equipo, que vieron la solidaridad en momentos concretos de sus ejercicios periodísticos y singularmente el hoy profesor López Hidalgo cuando fue procesado por haber escrito el primer libro de pura investigación periodística como fue el que contenía sus trabajos sobre el entonces clandestino Sindicato de la Guardia Civil, editado por Ediciones B en 1990.

⁸ Hay que dejar constancia que al existir un ente empresarial como RTVA nos dirigimos al director general y no por separado a las emisoras de Radio y de TV ya que nuestro objetivo era conocer la postura empresarial, quien al no poder acudir, designó la representación de RTVA. En el caso de RNE y de TVE en Andalucía, al no haber dirección conjunta en esta Comunidad Autónoma, nos vimos obligados a acudir individualmente a cada uno de los Medios.

social. Así también al director general de la Comunicación Social de la Junta de Andalucía, el entrañable Antonio Serrano, desde cuyo puesto siempre aporta el cariño y el calor para cuanto redunde en beneficio de la profesión periodística y de los periodistas. Y el reconocimiento del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Investigación se materializó en tres diplomas que se le concedieron a tres personas que nos dieron su incondicionalidad para cuanto supusiese llevar nuestro proyecto de Información Cofrade adelante y justo y humano era atestiguarlo por escrito, entregándoseles los documentos en el acto de clausura: el periodista Antonio Silva, secretario de la Asociación de la Prensa de Sevilla, director del Boletín del Consejo General de Hermandades y Cofradías de Sevilla durante siete años, y dos hombres del Personal de Administración y Servicios de la Universidad: José María Meléndez y Juan Lago⁹.

En páginas siguientes se recoge cuanto se expresó en las tres tardes que duró el «I Encuentro»¹⁰, por el mismo orden de intervenciones. El lector podrá apreciar que, de seguro, estamos ante un libro que será de obligada referencia en el transcurrir informativo por cuanto se expresa en el mismo. Quedan patentizadas las posturas de la empresas periodísticas ante la Información Cofrade, aparte de darse visiones y efectuarse planteamientos de una inmensa plenitud y de hondos contenidos para un devenir. Podría irme parando en cada una de esas aportaciones y quizás estaría realizando ya conclusiones, que no es el objetivo pues debería efectuarse a modo de epílogo o al concluir el proyecto investigador. Sí dejaré constancia del toque de atención indicado por Juan del Río sobre la necesidad de las portavocías en las hermandades, sobre cuyo tema hay que profundizar por el bien del Periodismo.

Prof. Dr. José Manuel Gómez y Méndez
Académico de la Norteamericana
de la Lengua Española.

Universidad de Sevilla, marzo de 1996.

⁹ En el álbum fotográfico al final de este libro no se publica la imagen de la entrega del diploma a Juan Lago por no poseerse retenido ese instante.

¹⁰ En los textos se han puesto en mayúsculas las iniciales de los términos Información Cofrade, Periodismo, Medios, Radio, Prensa, Televisión, Comunicación y otros análogos al considerar que tienen identidad dentro del ámbito periodístico en el que nos movemos.

I ENCUENTRO SOBRE I C N F O R M A C I O N E

ORGANIZACIÓN: EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE ANÁLISIS Y TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN, DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD, PERIODISMO Y LITERATURA, FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN, UNIVERSIDAD DE SEVILLA. *COLABORAN:* ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE SEVILLA, VICERRECTORADO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA. *PATROCINA:* ^{CAJAS DE SEVILLA} *LUGAR:* SEVILLA, 29 Y 30 DE NOVIEMBRE Y 1 DE DICIEMBRE DE 1995. *SALÓN DE ACTOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN*

Reproducción del Cartel difusor del
«I Encuentro sobre Información Cofrade».

Capítulo 1

Ante un Periodismo Cofrade *

*Santiago Sánchez Traver ***

Hace un par de años me decía, me convencía el profesor Gómez y Méndez, que tantos años ha luchando en las Asociaciones de la Prensa de Andalucía, como un verdadero vertebrador de las mismas a través de la actual Federación, de la necesidad de hacer estas jornadas. Ha sido un camino largo, él lo ha trabajado, lo ha sufrido, lo ha peleado hasta que hemos llegado a este momento: el «I Encuentro de Información Cofrade». Un «Encuentro» que sólo se puede hacer en Sevilla; no tiene sentido que nazca fuera de aquí. Tal vez, pueda extenderse a ciertas zonas de Andalucía la Baja, Cádiz, Huelva —que también conoce él— y a Córdoba. Sin embargo, creo que nace en Sevilla porque tenía que hacerlo aquí, no tenía otra forma de ser.

Estas jornadas son tremendamente positivas desde los dos puntos de vista en los que se pueden abordar. El primero desde las hermandades, porque gracias a estos encuentros éstas pueden ir acomodándose a lo que es la información hoy día, la información especializada y adaptada a las necesidades de la información. Todos sabemos que hoy en día todas las instituciones, todas las entidades, necesitan una capacidad de comunicación, una capacidad de información, y creo que éste es el momento, gracias a este Encuentro, para que las hermandades entren en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla. De aquí van a salir profesionales con la

* Intervención tenida en el acto de apertura del “I Encuentro sobre Información Cofrade”.

** Presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla y de la Federación de Asociaciones de la Prensa de Andalucía. Vicepresidente primero de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España.

especialización conveniente para hacer información sobre estas hermandades y fundamentalmente se van a formar profesionales en el futuro, que desde la óptica de los Medios de Comunicación o desde las propias hermandades, darán una información mucho más correcta y más adecuada, conforme a los tiempos que vivimos.

La Asociación de la Prensa, por tanto, desde aquel momento que me dijo el profesor Gómez y Méndez que íbamos a hacer este «Encuentro», nos ofrecimos como colaboradores y aquí estamos. Para los profesionales de Sevilla creo que es muy importante que se abran nuevos caminos, sobre todo nuevas vías de especialización local.

Estamos dando aquí ya, en la Facultad de Ciencias de la Información, materia de periodismo especializado. Realmente la Información Cofradiera, de hermandades, es un Periodismo especializado local, que no es ni transplantable, ni imitable (ni falta que le hace) y que nace en Sevilla.

Sobre todo, quien se va a beneficiar de que se especialice el Periodismo en esta faceta van a ser las hermandades de Sevilla y los profesionales de Sevilla. Por eso, lo único que deseo es que este «Encuentro» sea de mucho provecho para los profesionales que van a asistir a él, para los alumnos que también están inscritos en él y que dejen un primer estudio para todos aquellos que se acerquen a esta especialización cofrade en el futuro. Deseo que todos aprovechen al máximo estas jornadas por el bien de Sevilla y de nuestros profesionales de la Información.

Conocer más de las hermandades *

*Antonio Serrano Gálvez ***

Hasta hoy, hablar sobre hermandades o cofradías, era hablar de Cristos crucificados y Vírgenes dolorosas; de hermanos y nazarenos; cera, cirios, cruces, palios y bambalinas, era hablar de lo externo, de los que vemos en la calle o en los templos; especialmente, durante la Semana Santa; era hablar de todo aquello que se enmarca en la singular manifestación popular y callejera, de los desfiles procesionales de casi 60 hermandades luciendo y exhibiendo misterios y palios fulgurantes, arropados por no menos de 50.000 nazarenos, de toda edad y condición, en pos de una estación de penitencia en la catedral de Sevilla.

Esta realidad, de comprensible y fácil constatación, es lo único perceptible por el pueblo, y, por supuesto, por los testigos ocasionales del acontecimiento religioso, cultural y turístico que representa la Semana Santa sevillana; por hablar sólo de Sevilla. Y todo ello, pienso, en contra de lo que posiblemente, puedan ser los deseos de las propias hermandades. Tal vez los Medios de Comunicación sólo se interesen por una parte de este mundo cofradiero; por aquellos aspectos valorados mediáticamente, como más noticiables, haciendo olvido de su entramado social, de su realidad global y de sus intimidades; de la labor que desarrollan en el transcurso del año, entroncadas en una sociedad contrapuesta, en la que «lo divino» y «lo humano», se entremezclan, sin distinguir a veces, lo principal de lo accesorio.

* Intervención tenida en el acto de apertura del "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Director General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía.

Por ello, parece muy oportuno que la Universidad, a través del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, se introduzca en el mundo de las hermandades y nos ofrezca la oportunidad de reflexionar, públicamente, sobre ellas, sin velos que las envuelvan en la intimidad de sus templos.

Magnífica ocasión para que todos, especialmente los profanos, conozcamos algo más sobre las vivencias, actividades y vías de comunicación utilizadas por las hermandades para trasladar a sus propios hermanos y a la sociedad, en general, su vigorosa realidad.

Felicitaciones al doctor José Manuel Gómez por esta iniciativa, en la seguridad de que este «Encuentro» nos enriquezca a todos y, especialmente, a las propias hermandades, al permitir que un mejor conocimiento de su realidad, sirva para reconocerles en su justa medida, el «ser» y el «hacer», en pro, no solo del acontecimiento puntual de la Semana Santa, indudablemente el «hacer» más relevante de su «ser», sino todas aquellas otras actividades, que, de manera callada y permanente, desarrollan en beneficio de la convivencia de sus propios colectivos y de otros muchos, precisados en atención, cariño y ayuda desinteresada.

Transmitir y difundir los valores de Sevilla *

*Soledad Becerril ***

Estoy segura que para todos los presentes tiene importancia que tratemos sobre una fiesta grande e histórica: la Semana Santa de Sevilla. Estoy segura que es de interés general para todos por el significado de nuestra Semana Santa y por lo que supone el movimiento de las cofradías, por ese eco que tiene no sólo en la ciudad sino también fuera de ella. La Semana Santa produce admiración, devoción, sorpresa y complacencia. En eso, seguramente, coincidimos todos los asistentes a estas jornadas.

Le doy mucha importancia a un Encuentro como éste, y felicito, por ello, a los organizadores del mismo. Para Sevilla la Semana Santa tiene, además, mucha importancia desde el punto de vista económico y también desde el de Comunicación. Hay muchas personas que por distintas circunstancias, sólo viven la Semana Santa por los Medios de Comunicación.

Creo que una persona que transmite información sobre Semana Santa y que quiere especializarse o ampliar sus conocimientos, debe conocer la historia de la ciudad y saber muy bien de lo que está hablando, desde el punto de vista histórico, social, económico. Una persona que da información sobre las cofradías debe saber,

* Intervención tenida en el acto de apertura del "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Alcaldesa de Sevilla.

por ejemplo, historia del arte. No es lo mismo la descripción de un paso por una persona que diferencia la imaginería del siglo XIX de la del XX, que por otra que no tiene esos conocimientos.

Pero creo que no sólo ha de conocer la historia y el arte, sino que también ha de conocer la vida del mundo cofrade y que, como saben muchos de ustedes, es compleja y juega un papel muy importante en la vida de la ciudad pues hace cosas que muchas personas no conocen bien. Las hermandades tienen todas, a lo largo del año, una vida que no está en la calle, es una vida interna, que yo, por mi condición del alcaidesa, debo conocer y conozco; hacen unas prestaciones sociales, atienden a sectores marginados, y llegan a muchas personas y lugares, donde las administraciones públicas no llegamos. Creo que éste es un mundo al que los informadores deben acercarse y conocer. No es simplemente una retransmisión o una sencilla información.

Yo les agradezco a todos que se interesen por ello, y espero que puedan transmitir y difundir los valores de nuestra ciudad porque son especialistas y conocen bien la Semana Santa; así no habrá análisis superficiales sobre la misma.

Estoy segura que de este Encuentro se va a derivar un mejor conocimiento de como informar sobre la Semana Santa. Yo les agradezco el esfuerzo a profesores y alumnos.

La Información Cofrade desde *ABC* *

*José Joaquín León ***

A *BC* de Sevilla se fundó en 1929 y desde entonces incluye información sobre cofradías sevillanas. Incluso antes se publicaron noticias en *ABC* de Madrid, como la famosa portada de la fundación de la Hermandad de los Estudiantes.

AÑOS DE POSTGUERRA

En los años 40 y 50 predominan los trabajos literarios, especialmente los líricos y los relacionados con el Arte y la Historia. Colaboran los más famosos escritores e investigadores sevillanos. Por contra, la información sobre la Semana Santa era mucho más escueta que ahora y también se publicaban pocas fotos. Influidas las dificultades técnicas de papel y en la publicación de fotos, aún no existía la sección de huecograbado en Sevilla y se hacía en Madrid.

DÉCADA DE LOS SESENTA

En los años sesenta aumenta la información sobre la Semana Santa y las cofradías. Ya se incluye anualmente el cuadrante detallado de los horarios e itine-

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Impresos" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Subdirector de *ABC*.

rarios y se ofrecen más detalles sobre las salidas de las cofradías. También se publican más fotos y se siguen cuidando los trabajos literarios y otros relacionados con la historia, el arte y otros aspectos de las hermandades, que se incluyen en Cuaresma.

EL BOOM DE LOS SETENTA

En los años setenta llega el boom de la Información Cofradiera. Pasa a informarse casi diariamente, no sólo cuando llegaba la Cuaresma y la Semana Santa o en los actos extraordinarios. Lo informativo predomina ya claramente sobre lo lírico o los ensayos. en esta nueva línea influyó grandemente la apertura informativa que impulsó José Sánchez Dubé como presidente del Consejo. A partir de aquí la Semana Santa se abrirá, se populariza aún más y se hace más participativa.

CRITERIOS ACTUALES

Información todo el año

A mediados de los ochenta, concretamente en 1984, se inicia otra etapa en ABC de Sevilla, cuyas principales características se mantienen hasta nuestros días. En lo referente a la información cofradiera el principal criterio es *no limitarla* a las fechas de la Cuaresma y la Semana Santa, sino que se incluye durante todo el año. Las noticias cofradieras se equiparan así al resto de la información y se le da mayor o menor espacio en función de la *actualidad*, sin forzarla tampoco cuando no hay noticias de relieve. Por eso, nos podemos encontrar dos columnas en el mes de agosto o media columna, o incluso nada en octubre.

Durante todos los días del año, en las páginas de la Agenda de la Ciudad, se publican los actos cofradieros que se celebran. Es una información muy cuidada, que consultan cada día muchos cofrades.

Se informa sobre todo lo que resulte noticioso de la vida de las hermandades, muy especialmente de lo relacionado con sus *imágenes titulares* y sus templos, de cuyas restauraciones tenemos a gala informar ampliamente tanto en el aspecto literario como en el gráfico, mejoras o novedades de su patrimonio artístico, conmemoraciones, *efemérides* o actos especiales que se celebre y todos sus cultos externos de fuera de la Semana Santa. También publicamos la composición de todas las juntas de gobierno cuando celebran elecciones. Informamos, si la hermandad *facilita datos*, sobre labores benéficas y de caridad, a veces poco conocidas.

Otro aspecto importante es que no nos limitamos a informar sobre las cofradías de penitencia, sino que también publicamos las actividades y todas las salidas

de procesiones de gloria que se nos comunican, así como las eucarísticas, bien en la modalidad de procesiones con custodias o de enfermos e impedidos. A lo largo del año, *ABC* se hace eco de todo lo más destacado en la vida de las hermandades, hasta el punto de que a través de esta información, diversos investigadores han estudiado en profundidad a las cofradías.

Información especial en Cuaresma

Durante la Cuaresma se prepara con intensidad la Semana Santa y, por tanto, aumentan las noticias relacionadas con las cofradías. Esto hace que se le dediquen más páginas y se incluyan reportajes especiales, a veces con fotos en color, relacionadas con la actualidad cofradiera. Algunos años se han publicado monográficos diarios dedicados cada día a una hermandad, como entrevistas a todos los hermanos mayores, la caridad en cada una de las hermandades, etc... La información se completa con la publicación de artículos de opinión sobre la actualidad cofradiera.

También se ha cuidado muy especialmente la sección que se titulaba *La Cuaresma en ABC*, con seriales dedicados a diversos aspectos de las cofradías y la Semana Santa, como los capataces y costaleros, música, imágenes, patrimonio artístico, etc..., que en muchos casos han contribuido a conocer en profundidad todo lo relacionado con la Semana Santa y ofrecer datos inéditos.

Los coleccionables

Como una profundización de los trabajos especiales publicados en *La Cuaresma en ABC*, hemos publicado en los dos últimos años dos coleccionables que han tenido una excepcional acogida. En 1994 se publicó el coleccionable del profesor de Historia del Arte de la Universidad de Sevilla Jesús Palomero Páramo sobre las *Imágenes de la Semana Santa de Sevilla*, en el que todas las imágenes, acompañada de una ficha con los detalles de cada una, fotos en color y un artículo de cada uno de los hermanos mayores sobre la vida de su hermandad.

En 1995, como separata especial, sin aumento de precio, se publicó la *Historia de las Cofradías de Sevilla*, con una cronología de cada una de las hermandades, trabajo realizado por el investigador Juan Carrero Rodríguez, con comentarios de un servidor, autor también de los textos que acompañaban la documentación gráfica de cada cofradía, con fotos antiguas muy interesantes, en su mayoría procedentes del Archivo Serrano y el propio Archivo de *ABC*, así como fotos artísticas en color de todos los pasos.

El criterio seguido para estos coleccionables ha sido el mismo de *La Cuaresma en ABC*; es decir, trabajos que aporten datos y que tuvieran un valor docu-

mental para los investigadores y cofrades interesados, pero que no fueran souvenirs de tienda de recuerdos, tipo estampa, llaveros, insignias o similares.

El Programa de ABC

Particularmente, de todo lo que publica nuestro periódico sobre las cofradías y la Semana Santa lo que más me gusta es *El Programa de ABC*, que considero la guía más completa, la más actualizada y la que tiene menos errores de todas las que se publican actualmente sobre la Semana Santa de Sevilla. Lleva mucho trabajo hacerla y está muy cuidada, por eso, pese a las imitaciones, sigue teniendo más fiabilidad. Es una gran alegría para cuantos hacemos la información de cofradías ver esos días a miles de sevillanos consultando por las calles los datos y horarios que incluyen *El Programa*.

La filosofía de estas páginas es muy clara: por una lado que el horario y el itinerario, pese a las lógicas excepciones de algunos retrasos, sea lo más fiable posible. Por otra parte, se consigue ofrecer un gran número de datos en muy poco espacio y se complementa con comentarios sobre las novedades y otros puntos de interés de cada día.

La información de Semana Santa

La experiencia demuestra que en Semana Santa no hay mucho tiempo para leer periódicos y que ese tiempo se invierte, fundamentalmente, en ver el programa de ese mismo día. Es decir, que el *Miércoles Santo lo más interesante es conocer lo que vamos a ver ese día*, en vez de recordar lo que ocurrió el *Martes Santo*. Mucha gente guarda los periódicos y es después de la Semana Santa cuando los lee, como si quisieran, de alguna manera, revivirla.

Somos conscientes de que en estos días interesa más el presente y el futuro inmediato que el pasado, pero también es tradición del periódico informar ampliamente de lo sucedido en cada uno de los días de la Semana Santa, con varias páginas dedicadas a las crónicas, información gráfica, comentarios de actualidad, entrevistas y reportajes.

También, a modo de resumen global y valoración general, se publican en los días posteriores dos o tres crónicas que titulamos *Balace de la Semana Santa*, en las que se pasa revista a lo más significativo que se ha visto esos días.

Los artículos de opinión

Otra de las notas características de la información sobre las cofradías en *ABC*

es el espacio que dedicamos a los artículos relacionados con la vida de las hermandades. Por un lado, el periódico quiere prestar así una mayor atención a aquellos temas de la actualidad cofradiera que merecen alguna reflexión por encima de la información de urgencia. Por otro lado, se establece la posibilidad de que hermanos mayores, cofrades significativos o sevillanos en general, puedan comunicar sus opiniones sobre diversos aspectos de las cofradías.

También se incluyen columnas de opinión, como la que desde 1984 vengo publicando en *ABC*, la columna *La Campana*, con periodicidad variable, más frecuente en Cuaresma, cuando se incluye dos veces a la semana. En ella analizo diversas cuestiones relacionadas con las hermandades y cofradías, tanto en sus aspectos externos, como en los internos.

Las personas más relacionadas con las hermandades también han podido manifestar sus opiniones a través de *ABC*. El propio arzobispo de Sevilla, monseñor Amigo Vallejo, ha publicado algunos artículos en la Tercera Página que hacían referencia a cuestiones cofradieras. En 1994, en nuestro coleccionable de Cuaresma, ofrecimos a todos los hermanos mayores la posibilidad de que publicaran artículos sobre sus propias hermandades. En otras ocasiones hemos solicitado artículos de opinión cofradiera a los más conocidos predicadores y directores espirituales, a pregoneros de la Semana Santa y a otros cofrades de reconocido prestigio. También ellos mismos, por iniciativa propia, nos han enviado sus artículos en frecuentes ocasiones. Por todo ello, el periódico no se ha limitado a informar sobre las hermandades, sino que ha ofrecido sus páginas a las propias hermandades para que pudieran comunicarse en nuestras páginas, libremente, con los sevillanos.

Conclusión

Tanto en la información de elaboración propia sobre las cofradías, como en la publicación de los artículos de opinión sobre el mundo de las hermandades, *ABC* ha buscado siempre ofrecer a los sevillanos una visión no distorsionada sobre la actualidad de las hermandades y cofradías. Por ello, se procura la mayor objetividad y también sin que esto suponga desdeñar, sino al contrario, potenciar sus formas de fiesta popular, procuramos recordar que la religiosidad es su principio y su fin; el origen que lleva a la fundación de hermandades y el motivo que justifica su permanencia y sus cultos en la calle. Queremos mostrar siempre a las cofradías tal y como son, con sus luces y sus sombras, pero sin manipularlas. Por eso, el mayor elogio que hemos recibido es el comentario de muchos cofrades, cuando nos dicen que *ABC* es el periódico de las cofradías de Sevilla.

Capítulo 5

La Información Cofrade desde *Diario 16-Andalucía* *

Francisco Rosell **

Hay que establecer una premisa que es que cualquier Medios de Comunicación que pretendiera ignorar un fenómeno de la trascendencia y la importancia capital que tiene en Sevilla su Semana Santa, estaría fuera de la realidad, ajeno al palpitar de una ciudad que todas las primaveras se conmueve en torno a sus imágenes, como colofón de las vivencias que se viene desarrollando a lo largo de todo un año. Casi lo hace desde el mismo momento en que la última cofradía se recoge y pone fin a la Semana Santa el Domingo de Resurrección.

Porque Semana Santa son los trompetazos que rasgan el aire de los descampados en pleno invierno, ya sea al lado del hospital de las Cinco Llagas o del estadio Sánchez Pizjuán... También es Semana Santa el quehacer paciente de los artesanos de los más variados oficios, la devoción de los capillitas que mantienen viva la actividad de la hermandad durante todo el año. el empeño de los costaleros que recorren nocturnamente las calles del casco antiguo, caminando bajo extrañas andas cargadas con sacos de arena; en definitiva, una suma de voluntades y de entusiasmos que hacen de la Semana Santa de Sevilla una realidad compleja e inabarcable.

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Impresos" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Director de *Diario 16-Andalucía*.

En cierta forma, como muy bien escribió Cortázar, la Semana Santa de Sevilla encierra 80 mundos, es una realidad multifacética. Por tanto, ninguna interpretación, ninguna aproximación, tiene sentido de manera exclusiva.

Fracasarán, fracasaríamos, todos aquellos que pretendan una aprehensión del fenómeno. Por mucho que lo intenten todos aquellos que lo hacen por la vía religiosa, como los que lo hacen, simplemente, por una interpretación antropológica o laica que justifique el éxito de la Semana Santa en su raíz vitalista, ligada al estallido de la primavera. Por un camino u otro, todos fracasaríamos estrepitosamente en nuestro intento por abarcar en una sola mano una fiesta multifacética, que quizás sólo pueda entenderse ante la aceptación de que cualquier acercamiento es válido.

Porque todos los sevillanos se sienten identificados con una manifestación de fervor popular que admite todos los protagonismos y que se deja interpretar desde los diferentes ángulos. No en vano la Semana Santa es patrimonio de toda una ciudad, en su conjunto, que participa en un espectáculo anual irrepetible, en el que se logra el equilibrio perfecto. Donde cada ciudadano es dueño de sentirlo y de vivirlo según su fe, esto es, de acuerdo con la personalidad de un pueblo muy viejo y que es fundamentalmente sabio.

La Semana Santa tiene, además, un gran poder de penetración en todas las capas sociales que conviven en la ciudad, lo que hace que las distintas hermandades se constituyan en una de las más importantes formas de vertebración de la sociedad civil sevillana. De ahí el empeño, desde distintos ámbitos, e interés por controlar las hermandades. Hay que recordarlo, éstas son patrimonio colectivo de Sevilla y no exclusivo de nadie. Lo que no siempre se ha tenido en cuenta a lo largo de la historia más reciente. Parece claro, en consecuencia, que cualquier acercamiento a la ciudad, todo intento, por ejemplo, de hacer periodismo local, tiene que hacerse también por medio de las hermandades (verdaderos termómetros de la ciudad). Ningún hecho como la Semana Santa relaciona de manera tan intensa la ciudad con sus habitantes. En buena medida la Semana Santa de Sevilla es un acontecimiento cuyo sentido final es el de la identificación de cada hombre, de cada sevillano, con su hábitat.

Las relaciones sentimentales, físicas y culturales con el espacio con que se vive o con el que se ha vivido, son los que dan el tono de identificación esencial y de articulación social, que convierte la celebración de la Pasión de Cristo en la mayor fiesta de una comunidad, especialmente dada a los ritos, con lo que la Semana Santa tiene mucho de ritual, de identificación de la ciudad.

No se trata ni mucho menos, que la ciudad funcione como telón de fondo, como decorado de un gran espectáculo visual, de una escenificación dramática de la muerte de Cristo. Resulta que el entorno espacial se convierte en protagonista mismo de la fiesta, tanto como el público, como los actores y hasta en muchos casos como las imágenes en torno a las cuales gira la gran vorágine generadora.

La gran ciudad, Sevilla, se descompone ante la Semana Santa en miles de trozos, según cada cofradía recorre y serpentea la gran trama urbana y los infinitos substratos, que constituyen la identidad de cada barrio se reagrupan para configurar la médula de significados de las hermandades. De este modo, la Semana Santa recobra el conocimiento de la ciudad con sus habitantes.

Una ciudad como Sevilla, desarticulada, descompuesta en su estructura urbanística y degradada en la espina dorsal de su casco histórico, resucita parcialmente cada año por medio de la Semana Santa, con lo que la trama desmantelada de Sevilla se recompone al paso de las distintas procesiones por el centro.

Buena parte de estas reflexiones se encuentran en la base del tratamiento que ha venido dando mi periódico, *Diario 16-Andalucía*, a la Semana Santa de Sevilla. Consciente, sin duda, de que nos encontramos ante un fenómeno que cada vez cuenta con más lectores y más lecturas.

En un primer momento, *Diario 16-Andalucía*, que nació en octubre de 1982, hubo de vencer los prejuicios lógicos que acompañaban a una nueva generación de periodistas, comprometidos con la democracia, con una visión progresista del mundo y disconforme con la utilización política que de las cofradías habían venido haciendo, durante la dictadura, algunas destacadas personalidades de la misma y que veían como durante la transición se parapetaban los naufragos de aquel sistema. Estos prejuicios fueron desapareciendo ante la formidable demanda colectiva impulsada fundamentalmente por la necesidad de recuperar algo que la conciencia colectiva de los ciudadanos presumían que le había sido arrebatada.

Las mayores dificultades para los nuevos cronistas estaban, entre otras cosas, en la existencia de una tupida red de tópicos y acuñaciones de valores tan sospechosos como alejados de la sensibilidad y de los intereses populares. Y también en un mundo cofrade que, no en pocas ocasiones, se tornaba hermético y hostil ante la invasión de unas curiosidades periodísticas que no eran habituales. Sin embargo, los nuevos enfoques de las crónicas y la incorporación a la vida cotidiana de personas que habían estado proscritas o mal toleradas a lo largo del período de la dictadura, fueron ensanchando los accesos a la contemplación del mundo de las cofradías. Desde el primer momento, quisimos incorporar a nuestro periódico estas visiones proscritas de la Semana Santa, sin anular otras que daban en su conjunto una visión completa y plural de esta manifestación popular del pueblo de Sevilla.

En el suplemento de *Diario 16* sobre la Semana Santa comenzaron a parecer junto a firmas que ya lo venían haciendo en años anteriores y que eran tradicionalmente ligadas a las opiniones en torno a la Semana Santa, otras proscritas que ahora daban su opinión de cómo vivían la Semana Santa. Recuerdo, a este respecto, la participación que pedimos a Eduardo Saborido, histórico dirigente del Partido Comunista y fundador de CC.OO., que saliera al encuentro de sus emociones de Se-

mana Santa. Porque ellos también la vivían, la sentían y tenían una visión de la misma y los lectores tenían derecho a conocerla.

Personas como Eduardo Saborido, cuyo testimonio era silenciado, comenzaron a aparecer en el periódico. En cierta manera, creemos que la colaboración de Eduardo y de otras personas demostraron y contribuyeron a que la Semana Santa, patrimonio de todos los sevillanos, fuera percibida así por todos los ciudadanos.

Creo que desde este periódico contribuimos a depurar el lenguaje y a prescindir de la oratoria vacía que acompañaba a todas las informaciones relacionadas con la Semana Santa, donde más que información periodística teníamos una sucesión de distintos pregones que se iban repartiendo en las páginas de la información de Semana Santa que se venía haciendo hasta ese momento. Y desde el más absoluto respeto, intentamos hacer, simple y llanamente, periodismo de Semana Santa, cosa que hasta ese momento no se había hecho. Es cierto que algunos periodistas, a través de distintas publicaciones, se habían ido acercando. Pero creo que el primer periódico que le dio contenido al mismo fue *Diario 16*.

Por eso decía que la información de Semana Santa que había ido repitiendo año tras año estaba repleta de tópicos y de rutinas. Intentamos, por tanto, huir de los tópicos y renovar el lenguaje de las cofradías y acercarla a los ciudadanos que cada vez se mostraban más interesados en esas informaciones. La verdad es que el lector agradecía ese esfuerzo y que se hiciese Periodismo de Semana Santa.

Abrimos, entiendo, un nuevo camino y como todos los pioneros encontramos numerosas dificultades. Nuestros aciertos, en un primer momento, eran silenciados y nuestros errores agrandados por aquellos que querían seguir controlando la Semana Santa como lo habían hecho durante demasiado tiempo, ajenos a los nuevos tiempos, ajenos a los intereses de los ciudadanos y ajenos a los intereses de los lectores.

Afortunadamente, la renovación generacional en el mundo del Periodismo hizo que aquel camino fuese seguido por otros medios e igualmente creo que contribuimos a renovar el Periodismo Gráfico, con una estética alejada de las tradicionales estampitas que se iban repartiendo con la información de Semana Santa en los distintos periódicos. Creo que abordamos un nuevo tratamiento fotográfico de la Semana Santa.

Hoy, haciendo autocrítica, creo que nos encontramos con un nuevo peligro, la renovación que en el lenguaje se produjo ha acuñado unos nuevos tópicos. Peligro que nos tiene que mantener alerta para renovar el lenguaje y hacer un esfuerzo continuado de no olvidar para quiénes escribimos, para los lectores. La aparición de los nuevos tópicos ha hecho que se convirtiera en nuevos tópicos conceptos que renovaron los del pasado.

Es muy probable que resulte imposible eludir los tópicos al hablar de la Semana Santa, pero siempre la conciencia de qué diferencia unos tópicos de otros es su acepción a una u otra visión de la ciudad. Creo sin duda que a la oposición de los nuevos tópicos contribuyó el tratamiento tan intenso que le dieron los Medios, especialmente la Televisión, durante los años previos a la Exposición Universal del 92, que como se recordará hubo una concentración e interés de lo que ocurría en Sevilla. Millones de personas comenzaron a conocer este fenómeno tanto «in situ», con su desplazamiento a Sevilla, como a través de los Medios de Comunicación que dedicaron una atención preferente a Sevilla y a sus fiestas mayores. Esa divulgación masiva, propiciada especialmente por la televisión, provocó que ese lenguaje renovado se convirtiera en muy poco tiempo en un lenguaje manoseado y viejo. Aquellos que tenían escuela para transmitir la Semana Santa o para hacer reportaje entorno al fenómeno de la Semana Santa, acuñaban los nuevos tópicos, éstos puestos en una televisión o en la radio hacía que rápidamente envejecieran los mismos.

En este momento hay que ir a otra renovación del lenguaje para que los nuevos tópicos sustituyan a los viejos. Asimismo, desde nuestra idea que la Semana Santa es uno de los elementos más significativos de Sevilla, hemos hecho a lo largo de todos estos años por ahondar en las raíces de la Semana Santa, no sólo a través de las informaciones periodísticas, donde cada día hay más atención en el periódico al acontecer de la Semana Santa, tanto los meses previos como a lo largo de la Semana Grande de Pasión, como por medio de coleccionables dando a conocer aspectos desconocidos para la mayor parte de los sevillanos. Recuerdo la colección de «La Sevilla que se nos fue», recuperándose fotografías que eran desconocidas, grabados históricos, etc. Siempre intentando poner a las nuevas generaciones de los sevillanos el fenómeno de la Semana Santa. Igualmente dimos a conocer el vídeo sobre la película de la Semana Santa que filmó Gutiérrez Aragón. Fue el primer periódico que incorporó en España los coleccionables, el primero que sacamos fue sobre la transición.

Nosotros entendemos que la Semana Santa es una fiesta plural, abierta, en la que Sevilla se reconoce asimismo. Los Medios de Comunicación están allí para contarlos y que nadie se apropie de la fiesta más participativa e igualitaria de Sevilla, en la que no hay lonas echadas en las casetas, porque la ciudad entera es una inmensa trastienda en la posición común del voto.

La Información Cofrade desde *El Correo de Andalucía* *

Antonio Avendaño Ródenas **

Las cofradías son a Sevilla lo que las autopistas al territorio: el vehículo más potente y eficaz de integración social. Por otros caminos y senderos también se llega al centro de la ciudad, pero rara vez de modo tan rápido y seguro. Si la ciudad paga o no un cierto peaje por haber dado predilección sobre otros a este modelo de articulación, no es asunto fácil de desentrañar, como no lo es ninguna de las cosas de esta vida que están inspiradas por la emoción y no por la razón. Cuando digo emoción estoy diciendo también fe, pues sólo cuando de algún modo pervive la fe, no necesariamente o excluyentemente religiosa, la emoción o el sentimiento son algo que vive y palpita al ritmo del corazón de los hombres.

Pido de antemano excusas por este exordio pseudosociológico, pseudopsicológico, pseudoteológico y, en fin, pseudo casi todo, pero lo considero de alguna importancia para explicar lo que quiero decir, que es lo siguiente: la relación informativa que mantenemos los Medios de Comunicación con el mundo cofrade es una relación, si se me permite el término, viciada, o por buscar un adjetivo más propio, una relación incompleta, coja, de alguna forma desequilibrada, como lo es, por otra parte, la estructura informativa según la cual los Medios plasmamos gene-

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Impresos" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Redactor jefe de *El Correo de Andalucía*.

ralmente los acontecimientos en los que late alguna forma de fe colectiva. En términos estrictamente técnicos, la Información Cofradiera se parece, dicho sea sin ánimo liviano, a la Información Deportiva sobre el Sevilla y el Betis. Periódicos y emisoras sabemos que se trata de mundos singularmente suspicaces, lo cual propicia una suerte de autocensura consensuada que imposibilita o dificulta la instauración de un modelo informativo normalizado. Hay una veda informativa perpetua que, sin ser especialmente dramática dado que los acontecimientos cofrades son en cierta medida inocuos, restringe el abanico de voces y ámbitos del planeta cofrade. Como periodista querría una relación informativa menos envarada, más fluida, menos marcadamente costumbrista. Los vehículos particulares circulan a velocidad estándar por las autopistas cofradieras; los vehículos públicos de los Medios de Comunicación lo hacemos un poco por el arcén, a velocidad más lenta y fatigosa, siempre con la sospecha de que podemos estorbar a la fluidez del tráfico.

Dicho todo esto, y precisamente por todo ello, diré que desde *El Correo de Andalucía* venimos haciendo un especial esfuerzo por recoger con rigor y detalle, en la medida de nuestras posibilidades, el acontecer diario del mundo cofrade de Sevilla. En la sección de *Agenda* incorporamos todos los actos litúrgicos y sociales que promueven y protagonizan las hermandades y cofradías. Nuestro colaborador José María Gómez sigue con atención desde su sección *Día a Día* los acontecimientos, y cada semana publicamos en el suplemento especial *La Revista* cuatro u ocho páginas monográficamente destinadas a informar y analizar el ámbito cofrade de la mano de Juan Miguel Vega, uno de los periodistas de Sevilla que, a mi entender, hace la información cofrade más rigurosa y valiente, sin dejar por ello de ser escrupulosamente respetuoso con un mundo del que él mismo forma parte. Anualmente publicamos, siempre en Viernes de Dolores, el que creemos es el mejor número especial que se difunde sobre la Semana Santa de Sevilla y del resto de Andalucía. Además de todo ello, *El Correo* ha llevado a cabo, por otra parte, ambiciosos proyectos editoriales con las hermandades y cofradías y sus imágenes como eje central: láminas diarias a todo color, vídeos sobre la Semana Santa, insignias de las imágenes, colecciones heráldicas, buscando siempre el interés de nuestros lectores; aunque haya gente que crea que hacer estas cosas es pecado, yo no lo creo. Otros diarios, siguiendo la estela promocional de *El Correo*, han lanzado sus propias promociones en la misma línea, y ello pese a las malas artes utilizadas en algún momento por la competencia en los ámbitos del poder cofrade para neutralizar el que ha sido uno de los mayores éxitos de difusión de la prensa española en los años noventa, como atestiguan los controles de OJD. Los periódicos ofrecen hoy a sus lectores los productos más inverosímiles, algo que no siempre gusta a los propios periodistas, pero lo cierto es que las empresas están obligadas a buscar fórmulas imaginativas para no ser engullidas por la competencia. No vale todo, pero no veo razón alguna por la que no haya de valer la difusión de vídeos, insignias, libros o fichas gastronómicas. En todo caso, el lector tiene siempre la palabra.

Voy concluyendo con alguna información ejemplificadora de las ideas generales apuntadas en la primera parte de mi intervención. Recientemente, fue designado por el Consejo de Cofradías el próximo pregonero de la Semana Santa, Carlos Colón, un hombre progresista y amante del mundo cofradiero, pero ajeno a lo que tradicionalmente ha sido el perfil de los círculos de poder cofrade. Colón representa, por expresarlo de alguna forma, la franja cofradiera que informativamente suele permanecer en la sombra en los Medios de Comunicación. Hubo al parecer una durísima pugna en el seno del órgano de gobierno de las hermandades y cofradías para llevar a cabo el nombramiento. Ante un acontecimiento informativo de esas características, son posibles diversos e incluso contrapuestos formatos de titular. Ejemplos: «Carlos Colón es designado pregonero de la Semana Santa 96». Es, digamos, el titular más plano informativamente, aunque fue el escogido, si bien no palabra por palabra, por la mayoría de los Medios para dar cuenta del hecho. Cabían otras fórmulas más ambiciosas, en el sentido de decir el mayor número de cosas en el mismo espacio, como suele hacerse con la información política, económica o judicial. Por ejemplo: «Fuerte pugna en el Consejo de Hermandades para designar a Carlos Colón pregonero de la Semana Santa 96». O incluso: «Tenaz resistencia conservadora a la designación de Carlos Colón como pregonero en la Semana Santa». Estas opciones fueron en general descartadas por los Medios Informativos, sabedores de esa suspicacia extrema y siempre alerta que subyace en el mundo de las cofradías. Me parece, modestamente, un buen asunto para la reflexión. Creo que deberíamos esforzarnos todos en normalizar esas relaciones informativas, hoy sujetas a los cánones de una objetividad plana, temerosa y sin ambición.

Capítulo 7

Hacer periódicos en Semana Santa *

*Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral ***

Los periódicos y revistas son publicaciones complejas, en muchos casos con más de un centenar de páginas, que hay que planificar, organizar, redactar, diagramar e imprimir cada día o cada semana, recogiendo una actualidad que por definición es imprevisible. Para que ello sea posible, se han desarrollado unas técnicas de producción y unos sistemas de organización que, aunque son distintos en cada medio, tienen en común la agilidad, la economía y la eficacia.

Los mecanismos de producción de cualquier medio están hechos a la medida del «producto» que se ofrece a los lectores. Es natural, porque el periódico primero se inventa y luego se hace, es decir antes se define cómo va a ser y a qué público se dirige y luego se establecen los sistemas de trabajo que permitan cumplir esas previsiones.

Es fascinante observar el detalle de esa interacción, que cuaja en un «producto informativo y opinativo», como lo llama Manuel López¹, que es como un espejo en el que se reflejan sus lectores. Si el resultado no es satisfactorio, se pierde la conexión entre ambas partes y desciende la venta, la difusión y la influencia del periódico.

* Intervención tenida en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

¹ LOPEZ, Manuel: *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Paidós, Barcelona, 1995.

Así, pues, el periódico y los lectores se vigilan mutuamente para asegurarse de que la interacción funciona satisfactoriamente. El periódico necesita conocer los intereses y la posición sociológica del segmento de mercado al que se dirige, a la vez que los lectores se aseguran día a día de que el periódico les interpreta la realidad en unas claves que han sido pactadas en un contrato no escrito cuya validez se renueva cada día con el acto de la compra o la lectura.

Si todo va bien, es decir si tanto el periódico como los lectores se reconocen mutuamente, la difusión aumenta, suben los ingresos publicitarios y hay más posibilidades de mejorar el producto, lo que permite atender mejor las demandas del público.

La clave del éxito radica, por lo tanto, no sólo en planificar un buen producto, sino en encontrar el público adecuado. O quizás sea al contrario: localizado un público al que nadie atienda específicamente o que otros atienden de manera que podamos mejorar, crear un producto que satisfaga sus necesidades de información y opinión.

El argumento es válido tanto para el conjunto del periódico como para cada una de sus secciones consideradas individualmente, pues cada una de ellas es un producto diferenciado que tiene su propio lector, integrante de un subsector del grupo-base al que se dirige el medio. Ni que decir tiene que los criterios de selección y producción de una sección han de ser coherentes con los generales del medio.

Revisar los periódicos de Sevilla y sus planteamientos de la Semana Santa a la luz de estos argumentos teóricos es un ejercicio lleno de interés.

(La Semana Santa es, en Sevilla, algo más que una fecha en el calendario de festividades religiosas.) Quizás no sea este el lugar para tratar de definir qué es exactamente, aunque a esa tarea han tenido que enfrentarse los periódicos diarios de la ciudad para diseñar su particular respuesta a las demandas de sus lectores en relación con esta faceta de la información local.

Es un hecho que la información relacionada con la Semana Santa interesa a miles de sevillanos, y no sólo en esas fechas concretas o a lo largo de la Cuaresma. Las hermandades y cofradías tienen una vida muy activa a lo largo del todo el año, culminando precisamente en la Semana Santa con el culto público a sus imágenes titulares en procesiones cuyo impacto en la vida ciudadana es de tal calibre que la modifica para convertirse en su razón de ser durante esas señaladas fechas.

Todos los sevillanos se ven afectados —y, en consecuencia, interesados— por las procesiones de Semana Santa, aunque no todos se interesan en el mismo grado por el resto de las actividades de las hermandades y cofradías que las hacen posible. Por lo tanto, una primera decisión a tomar en la Redacción de un periódico sevillano es la periodicidad de la información relacionada con este asunto.

Por otra parte, las procesiones y otros cultos son actos públicos de una religión, pero también manifestaciones culturales singulares que interesan incluso a los no creyentes. También en este terreno hay que tomar decisiones referente al tratamiento religioso o cultural, o a una combinación de ambos elementos.

Otra consideración, y no menor, es la que se deriva de informar sobre un asunto con tantos seguidores, entre los que hay cientos o quizás miles de expertos a los que no se les escaparía un error de fondo o de forma. Los informadores han de ser, por lo menos, tan expertos como el que más de sus lectores en el manejo de los conceptos y de la terminología específica.

Finalmente está el horario de las procesiones, incompatible con el de cierre de cualquier periódico, ya que casi todas terminan bien entrada la madrugada. Los lectores, además, lo saben y no esperan que el periódico del día siguiente les cuente lo que ha pasado a veces sólo un rato antes de su horario habitual de llegada a los kioskos. Pero, si no quieren que se les cuente lo del día anterior, ¿qué esperan de su periódico? Cada diario ha de encontrar la respuesta más acorde a los intereses de sus propios lectores.

Aparte habremos de tomar en consideración otro fenómeno, derivado del interés generalizado del público sevillano por la Semana Santa. Me refiero a las posibilidades que se derivan de la comercialización de lo que pudieramos llamar «productos derivados» de la información básica: discos, fascículos, vídeos, láminas, insignias, juegos, etc... Entrar en este aspecto del mercado implica decisiones que afectan tanto a la producción del «producto básico» —el diario— como a su distribución conjunta con el «producto derivado», algunas veces hecho en y por la misma empresa y otras fabricado fuera, no necesariamente por encargo expreso de la editoria del periódico, que en ocasiones sólo actúa como apoyo en la distribución de ese producto porque eso fortalece a la del suyo.

Hacer periódicos en Semana Santa y en Sevilla es, pues, una tarea muy particular, que ha encontrado tantas respuestas a la demanda del público como periódicos hay. Como, además, cada diario ha ido cambiando cada año su oferta, el estudio y periodización del conjunto de esas respuestas da para escribir un grueso volumen.

A los efectos del «I Encuentro sobre Información Cofrade», y desde la perspectiva metodológica de la Producción Periodística, la Semana Santa en la prensa sevillana de hoy es un reto profesional de gran envergadura, ya que es una especialización compleja (con elementos de información local, religiosa y cultural) que como mínimo durante una semana al año polariza el interés de los lectores y conmociona las rutinas de trabajo de las Redacciones. Es, también, un tema cuya definición va a afectar a horarios de cierre, organización del trabajo de la Redacción, tirada, comercialización y distribución.

Acordar si la Semana Santa es un fenómeno religioso o cultural, o si se trata de una mezcla de ambos aspectos y en qué proporción es, seguramente, el principio de la cascada de decisiones que, una vez formuladas, conforman la oferta específica de cada periódico a sus lectores.

¿Estamos ante una manifestación exclusivamente religiosa?, ¿son las creencias solamente una excusa para una actividad que hoy es sólo cultural?, ¿la afiliación a hermandades y cofradías implica algo más que vestirse de nazareno una día al año?, ¿es legítimo comercializar con sentimientos (religiosos o laicos) tan arraigados?, ¿consideramos a la Semana Santa como un episodio limitado en el tiempo o como la culminación de unas actividades cofradieras que duran todo el año?, ¿informamos de lo que ocurre a lo largo del año o sólo esporádicamente?, ¿dejamos que escriban sobre este tema personas que son públicamente no creyentes?, ¿son estos asuntos temas de portada, siquiera alguno de los días más señalados?, ¿hacemos o no una Sección específica sobre Semana Santa?, ¿vamos a respetar el lenguaje tradicional o vamos a actualizarlo?, ¿consideramos personajes públicos a los cargos de hermandades y cofradías?, ¿evaluamos la presencia masiva de turistas como un peligro para las tradiciones o como una inyección económica para la ciudad, que debe ser tolerante con las «incorrecciones» de los forasteros?, ¿respetamos el protocolo cofradiero? ...

Estas y todas las preguntas posibles requieren de los periódicos respuestas claras, coherentes con su trayectoria e identificables sin dificultad por los lectores. Si hay una ocasión en el año en la que los sevillanos reafirman su alineación con una cabecera, esa debe ser la Semana Santa. En este tema, quizás más que en ningún otro, quieren saber a qué atenerse porque de alguna manera saben que se trata de una de las claves de su propia identidad ciudadana.

Capítulo 8

Una triple visión *

*Dr. Juan del Río Martín ***

INTRODUCCIÓN

Se da el caso de que quien habla es por vocación sacerdote, por ministerio director espiritual de una hermandad de penitencia, la Hermandad de los Estudiantes, y comparte tareas pastorales en la enseñanza de la teología y en el seguimiento de la Información Religiosa a nivel regional, desde la dirección de la Oficina de Información de los Obispos del Sur de España.

Por lo tanto, esta intervención, partiendo de lo particular y concreto representado en la hermandad, se orienta hasta lo más universal y genérico, personificado en los elementos teológicos y de otra índole que observo diariamente en la información cofrade.

El trípode pastoral, teológico e informativo es la estructura de una intervención que trata de arrojar un punto de luz sobre una realidad de la importancia y trascendencia religiosa, social y cultural en nuestra ciudad como son las hermandades y cofradías. Realidad que, por otro lado, se ve salpicada de no pocos problemas que en cierto modo fomentan la confusión y distorsión en la imagen de nuestras hermandades.

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde las hermandades" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Capellán de la Universidad de Sevilla y director espiritual de la Pontificia, Patriarcal e Ilustrísima Hermandad y Archicofradía del Santísimo Cristo de la Buena Muerte y María Santísima de la Angustia.

No debemos perder la ocasión que se nos brinda con esta actividad, en la que nos damos cita miembros de juntas de gobierno, cofrades, directores espirituales y profesionales de los Medios. Este tipo de «Encuentro sobre Información Cofrade» es, en la medida en que saquemos el debido provecho, foro privilegiado de debate abierto, directo y sincero entre quienes participan del trabajo diario de nuestras hermandades y los responsables de la visión que de este campo de la Iglesia diocesana se ofrece en los Medios a la opinión pública.

Como podemos comprobar estos días, por las diversas perspectivas que aquí se van aportando, el análisis de las relaciones Hermandades-Comunicación no da como resultado un *status quo* carente de asperezas. En ello estaremos, creo, todos de acuerdo. Es evidente que nunca llueve a gusto de todos. En la mente de los presentes estarán algunos ejemplos que muestran muy a las claras los criterios, postulados y líneas de acción que, en ocasiones, presiden la aparición de este fenómeno religioso en prensa, radio y, últimamente, televisión.

1. DESDE LA ÓPTICA PASTORAL: LA DIRECCIÓN ESPIRITUAL DE UNA HERMANDAD

El avance y adecuación a los tiempos de los Medios de Comunicación ha cogido por sorpresa al mundo de las hermandades y cofradías. Si nos asomáramos a las hemerotecas de no hace demasiado tiempo podríamos constatar cómo los acontecimientos cofrades quedaban reducidos a lo estrictamente referente a la estación de penitencia y a algún que otro acto de culto con cierta relevancia popular.

Pero, desde los años setenta, el fenómeno de las hermandades y su vida interna ha ido acaparando de forma progresiva la atención y el estudio por parte de los profesionales de los Medios. En este nuevo interés de los *media* han contribuido factores sociales, culturales y políticos. De pronto, hemos constatado que, en contra de lo que en un primer momento pudiera parecer, la caída del régimen anterior no ha significado la desaparición o el menoscabo de estos ejemplos tan arraigados de la religiosidad popular sevillana.

He aquí la sorpresa. Coincidiendo con la llegada de la democracia y la aparición, presidiendo el nuevo estado de cosas, de la misma cultura postmoderna que acentúa el sentimiento y los factores lúdicos, en 1973 los jóvenes de nuestras hermandades toman de alguna forma la iniciativa con un gesto que no se debe pasar por alto. Me refiero a aquella cuadrilla de costaleros que nace en la Hermandad de los Estudiantes, germen de una inquietud que fue propagándose al resto de corporaciones de nuestra diócesis y que ejemplifica el giro que ya en aquella época se comienza a constatar dentro de las hermandades conceptuadas éstas, hasta entonces, quizás bajo el prisma de unos clichés en cierto modo obsoleto y excesivamente caducos.

Ejemplos como éste rompieron con la idea de que estas manifestaciones religiosas caerían en picado y no tendrían cabida en la ciudad secular.

Con este marco de fondo, y a pesar de los criterios y actitudes que los nuevos tiempos aconsejaban, el *boom* de las cofradías en la Prensa escrita y en los demás Medios ha dejado en un primer momento sin poder de reacción a juntas de gobierno y a los cofrades en general. La realidad constatable nos muestra aún comportamientos y tendencias «tradicionales» en la relación de las hermandades hacia los Medios, continuando con ciertas actitudes y estilos propios de la relación mantenida en otro momento con otro tipo de Prensa. Por citar un ejemplo gráfico que pueda ilustrar cuanto afirmo, los profesionales de los Medios podrían dar fe de que nuestras hermandades siguen ofreciendo, en la mayoría de los casos, elementos accesorios y secundarios de su vida, quedando muy en la penumbra lo que son las verdaderas esencias que constituyen y son la razón de ser de las hermandades y cofradías.

Con el riesgo que conlleva generalizar, la iniciativa informativa desde las hermandades, en un claro ejemplo de *reduccionismo* de las posibilidades que se tienen en la mano, se centra en el envío a las redacciones de notificaciones de los cultos para su inclusión en las páginas de agenda, noticias referentes a estrenos patrimoniales, ocasionales efemérides o las inevitables fotografías de las juntas de gobierno tras un periodo de elecciones.

Bajo mi punto de vista, no se sabe «vender la mercancía». No conseguimos destacar lo mucho y bueno del día a día de nuestras hermandades, con diferencia, más notable y relevante que todo lo enunciado anteriormente. Todos los presentes pueden constatar que detrás de cualquier corporación hay hombres y mujeres que dedican muchas horas e ilusiones a la buena marcha de la hermandad, a la atención de la bolsa de caridad, al fomento de labores sociales y a preocuparse en no pocas ocasiones de problemáticas concretas no solo del colectivo sino también de hermanos que forman parte de él. Sin ese peso específico, que son los «trabajadores anónimos» de las hermandades, a buen seguro no se habrían dado tales estrenos ni tales efemérides.

Prueba de esta tendencia hacia los Medios es la propia utilización *ad intra* de su información en los mismos boletines de las hermandades. Si los sometiéramos a un análisis riguroso comprobaríamos que se quedan muchas veces reducidos a la entrega por capítulos de la historia de la hermandad, sin olvidarnos del «trincón poético».

Pienso, como propuesta de este primer apartado, que la información que desde las hermandades se debe dar a los profesionales de la actualidad ha de ser facilitada por la persona que esté más capacitada o de mayor sensibilidad para este campo tan específico, y no por quien «desea salir en la foto» o ser entrevistado en las tertulias o las columnas de turno. No estaría mal pensar seriamente en la figura

de un «portavoz» que pudiera ofrecer mejor a la opinión pública la intensa vida humana en todos los aspectos (también con sus pecados) que hay tras estas asociaciones de la Iglesia Católica.

2. UNA PERSPECTIVA DESDE LA TEOLOGÍA

Desde este campo, se observa últimamente una leve inquietud por no reducir el debate sobre las hermandades y cofradías en el discurso sempiterno sobre la conveniencia o no de cambiar las bambalinas, costear un nuevo manto o pasar el anterior, si al misterio le pega un estilo de marcha más que otra... Por contra, es necesario plantear seriamente una reflexión más racional y profunda de este fenómeno, que nos centre en la naturaleza y razón de ser de nuestras hermandades. No hay que ir muy lejos para orientar el camino; basta con atender a los objetivos fundacionales de las mismas.

Una muestra de lo anterior puede ser el Encuentro Internacional de Hermandades de Vera Cruz cuyas ponencias se recogen en una interesantísima publicación, los contenidos de los encuentros de juntas de gobierno a nivel diocesano, seminarios y ciclos de conferencias sobre temas de actualidad o el reciente Congreso de Mariología organizado por la Hermandad de la Esperanza Macarena con motivo de su aniversario.

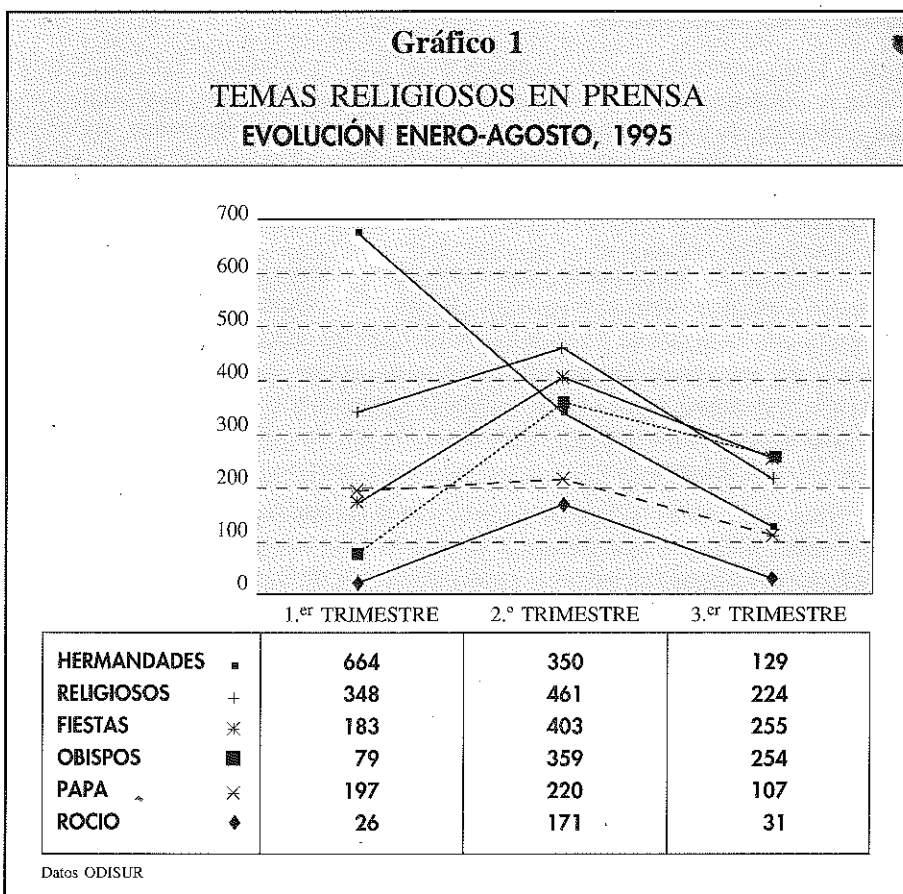
A pesar de todo, habrá quien tache estos y otros intentos de ser «eventos acotados a un grupo selecto o reducido de cofrades». Quien suscriba tales aseveraciones no cae en la cuenta de las inquietudes que este depósito histórico va creando más allá del seno de la hermandad. No se puede perder de vista el poso formativo que estas preocupaciones sociales, culturales y religiosas crean en las hermandades. Además, de cara al futuro, se va acumulando un depósito documental, desde el punto de vista del pensamiento, que resulta muy interesante.

Sin caer en ningún tipo de reduccionismo de tipo intelectualista, sentimental o folclórico, sino, más bien, buscando el camino de la integridad, seriedad y profundidad, creo que estas iniciativas y otras habidas los últimos años, no solo dan una nueva imagen de la institución (con el consiguiente reflejo en los Medios) sino que ayudan a profundizar más en sus cometidos religiosos y en su papel humanizador, que como colectivo puede llevar a cabo en un marco social que está sufriendo un progresivo vaciado de valores. Sin embargo, es una tentación continua simplificar e incluso, en no pocas ocasiones, instrumentalizar el fenómeno de las hermandades y cofradías y cuanto ellas encierran con la poesía de turno, la letra de sevillana de moda y el conjunto popular que, a costa de sentimientos muy profundos y humanos que se viven en estas corporaciones, hacen su negocio de imprenta o discográfico; márketing puro al fin y al cabo.

3. EL FENÓMENO COFRADE EN LA INFORMACIÓN RELIGIOSA ANDALUZA

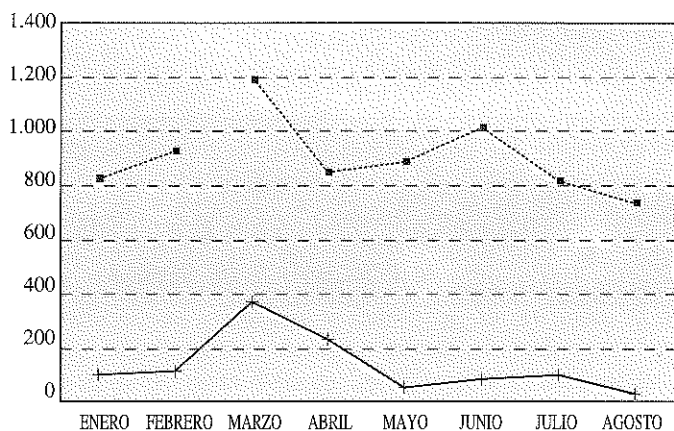
En esta tercera parte, como hombre dedicado desde hace varios años al seguimiento del fenómeno religioso en la prensa andaluza, desde la Oficina de Información de los Obispos del Sur de España (ODISUR), voy a limitarme a reflejar unos datos estadísticos sobre la incidencia que en la práctica tiene la información cofrade dentro del bloque de noticias cuya temática roza con alguno de los innumerables aspectos de la vida de la Iglesia Católica.

En Gráfico 1 se constata cómo las hermandades y cofradías son el primer tema en número de apariciones en la Prensa andaluza, por delante las informaciones relativas a las órdenes y congregaciones religiosas, las festividades locales, la romería del Rocío o las manifestaciones y viajes de Juan Pablo II.



Como puede apreciarse, buena parte de culpa del protagonismo de las hermandades en esta escala reside en el aluvión anterior, simultáneo y posterior a la Semana Santa en toda la Prensa regional analizada¹, con 664 noticias (no se han contabilizado los números monográficos que en todos los diarios analizados se dedicaron a nuestra Semana Mayor).

Gráfico 2
NOTICIAS RELIGIOSAS
COMPARACIÓN CON INFORMACIÓN COFRADE



	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
INF. RELIGIOSA ■	815	913	1.199	831	883	1.003	810	752
HERMANDADES +	101	109	373	258	52	85	93	36

Datos ODISUR

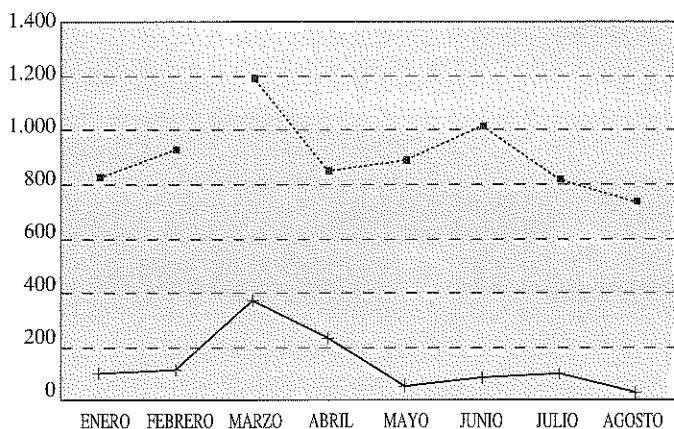
¹ ODISUR analiza diariamente la información religiosa publicada en los siguientes diarios: *El País*, *El Mundo*, *ABC de Sevilla*, *Diario 16 Andalucía*, *Correo de Andalucía*, *Sur de Málaga*, *Ideal de Granada*, *La Voz de Almería*, *Córdoba*, *Jaén*, *Huelva Información*, *Diario de Cádiz*, *Diario de Jerez* y *Jerez Información*.

Por otro lado, aparte de la información en las revistas y diarios de información netamente religiosa, se analizan igualmente la apariciones en los suplementos dominicales: *Blanco y Negro*, *La Revista* (anteriormente *Magazine*), *El Semanal*, *El País Semanal* y *Figaro* (de *Diario 16*).

Con esta base se ofrece cada trimestre un mapa significativo de la incidencia del fenómeno religioso en la prensa andaluza.

Como puede apreciarse, buena parte de culpa del protagonismo de las hermandades en esta escala reside en el aluvión anterior, simultáneo y posterior a la Semana Santa en toda la Prensa regional analizada¹, con 664 noticias (no se han contabilizado los números monográficos que en todos los diarios analizados se dedicaron a nuestra Semana Mayor).

Gráfico 2
NOTICIAS RELIGIOSAS
COMPARACIÓN CON INFORMACIÓN COFRADE



	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
INF. RELIGIOSA ■	815	913	1.199	831	883	1.003	810	752
HERMANDADES +	101	109	373	258	52	85	93	36

Datos ODISUR

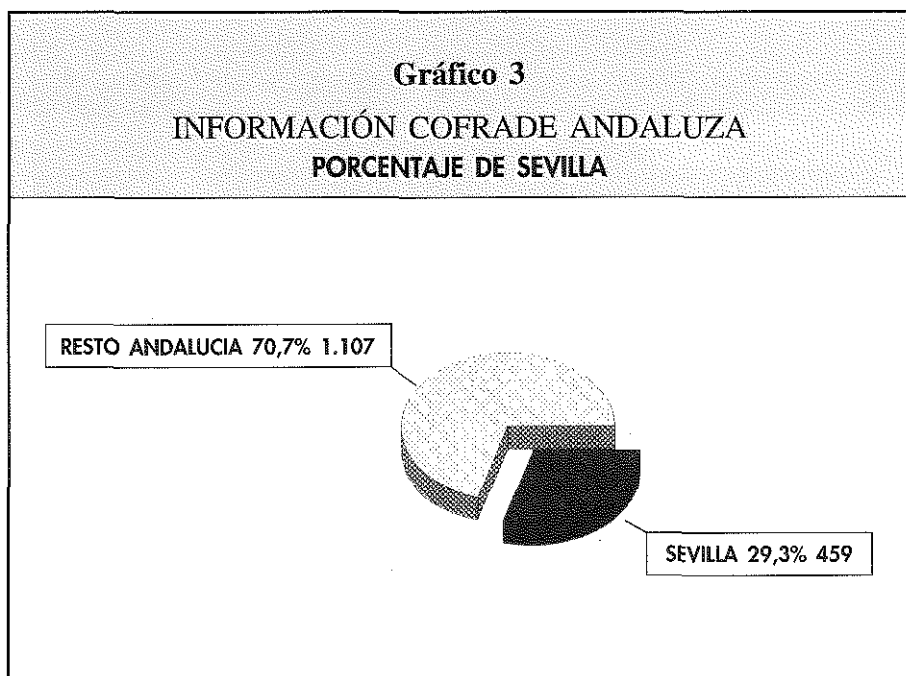
1 ODISUR analiza diariamente la información religiosa publicada en los siguientes diarios: *El País, El Mundo, ABC de Sevilla, Diario 16 Andalucía, Correo de Andalucía, Sur de Málaga, Ideal de Granada, La Voz de Almería, Córdoba, Jaén, Huelva Información, Diario de Cádiz, Diario de Jerez y Jerez Información.*

Por otro lado, aparte de la información en las revistas y diarios de información netamente religiosa, se analizan igualmente la apariciones en los suplementos dominicales: *Blanco y Negro, La Revista* (anteriormente *Magazine*), *El Semanal, El País Semanal* y *Fígaro* (de Diario 16).

Con esta base se ofrece cada trimestre un mapa significativo de la incidencia del fenómeno religioso en la prensa andaluza.

En los Gráficos 2 y 3 no se contabilizan las noticias sobre las hermandades que protagonizan los obispos andaluces (presencia en cultos, inauguración y bendición de imágenes y sedes, declaraciones de los prelados sobre aspectos de éstas corporaciones, etc...). Estas se enmarcan dentro de la temática episcopal, donde se recogen todas las apariciones de los obispos de Andalucía en los diarios de nuestra región.

El último gráfico refleja la incidencia que la Semana Santa de Sevilla tiene en el global de información cofrade andaluza. Aunque no se haga constancia de ello en el Gráfico 3, tras Sevilla figuran, cada vez a menor distancia, las informaciones de la Semana Mayor onubense (se viene observando cómo el diario *Huelva Información* presta una atención considerable a este fenómeno eclesial, sobre todo en el último año) y de Jerez, Málaga y Córdoba.



Comunicarse a través de los Medios *

*Luis Arjona ***

En primer lugar, agradezco a los distintos Medios de Comunicación la atención prestada a la Semana Santa de Sevilla y de Andalucía. Llevo sesenta y cinco años de hermano de la Hermandad que represento. El hacerse hermano procede de la tradición de los padres y familiares. En mi casa, al nacer cualquier niño lo hacían inmediatamente hermano porque mi padre también era hermano de San Benito; él estuvo en la Junta de Gobierno y, afortunadamente, hoy en día esto es una realidad y se continúa manteniendo. Este es el motivo por el cual las cofradías pueden celebrar sus cuatrocientos o quinientos aniversarios. El mantener durante tanto tiempo una hermandad junto a las transiciones y vaivenes sociales vividos se debe a esa continuidad por encima de los problemas que han podido existir. Eso nos convence del hecho de que con las cofradías no puede nadie, es decir que perdurarán en el tiempo.

Nuestra hermandad se fundó allá por el año 1554 en la ermita de la Encarnación en Triana, produciéndose su desaparición cuando se produjo la invasión francesa. Entonces se denominaba Santísimo Cristo de la Sangre y Nuestra Señora de la Encarnación, llamada cariñosamente «La Palomita de Triana». Una vez deshecha la

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde las hermandades" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Empresario y hermano mayor de la Pontificia Hermandad Sacramental y Cofradía de Nazarenos de la Sagrada Presentación de Jesús al Pueblo, Santísimo Cristo de la Sangre y Nuestra Señora de la Encarnación Coronada.

misma por el motivo expuesto, volvió a rehacerse en 1921, efectuando su salida penitencial como Presentación de Jesús al Pueblo. Posteriormente, en el año 1966, el tan querido hermano mayor Manolo Ponce hizo que el titular de la cofradía, que siempre había sido el Cristo de la Sangre, volviera a salir. Por tanto, como todos sabéis, la cofradía la constituyen los tres pasos, siendo siempre principal la Sacramental y de ahí su actual nombre: Sacramental de la Sagrada Presentación de Jesús al Pueblo, Santísimo Cristo de la Sangre y Nuestra Señora de la Encarnación Coronada.

Las hermandades de Sevilla se van a tener que enfrentar a una realidad muy satisfactoria: la presencia de la juventud. En caso concreto, a nuestra hermandad problema ya vienen jóvenes a los que les preguntamos el porqué de su afiliación, contestándonos que vienen a conocer a Cristo. Esto constituye un reto que la juventud nos está poniendo a las hermandades. Se están acogiendo a nosotros para conocer a Cristo. Afortunadamente, cada día hay un grupo de gente joven en el seno de las hermandades que siempre están buscando satisfacer problemas de los compañeros necesitados. Eso, en la actualidad, se está dando con bastante frecuencia y, la verdad, es que nos enorgullecemos por poder desarrollar esta labor.

El día 10 de diciembre de 1994, con motivo de la coronación canónica de Nuestra Señora de la Encarnación, los Medios de Comunicación estaban constantemente trabajando, recopilando informaciones sobre este hecho. Y cada día, la información llega de nosotros y de las demás hermandades. Sólo de la coronación de nuestra titular existes ciento cincuenta informaciones —entre artículos, entrevistas y otras—, independientemente de la cantidad de fotos que aparecieron. Con esto quiero decir que las hermandades a través de los Medios de Comunicación pueden comunicarse con los lectores que leen los periódicos o los oyentes que escuchan las radios. Antiguamente se escribían cartas, pero eso hoy supone mucho dinero o retraso de la correspondencia. Los martes tenemos los cultos y se informa a los Medios de Comunicación para que se difundan, así como también otros. Por tanto, es una vía de Comunicación bastante efectiva para los hermandades, al margen de que nosotros tenemos nuestro Boletín de Cofradía en el cual hay artículos de fondo en los que se informa a los hermanos de las actividades. Se hacen cuatro boletines anuales con una tirada de cuatro mil ejemplares. Hoy es el Medio de Comunicación directo entre nosotros, entre los hermanos de nuestra hermandad.

Referente a la información de la coronación de nuestra titular, más que tratarse de la advocación de la Encarnación, se estaba coronando a la Virgen de Sevilla. Desde el día 6 de ese mismo mes hasta la coronación se encontraban en el triduo, celebrado en la catedral, una inmensa cantidad de devotos; en aquellos días se vivieron momentos impresionantes en los que Sevilla entera adoró a la Virgen, quedando así recogido por los Medios Informativos de la ciudad.

Sólo me resta dar las gracias al moderador del panel, Ramón Reig, y saludar al profesor organizador, José Manuel Gómez y Méndez, por este acto que se está celebrando, el cual entiendo que es muy interesante para los periodistas y para esta juventud aquí presente, a la que se quiere ayudar a saber del mundo de las hermandades y de la que espero que en el día de mañana saldrán muchos periodistas a los que pido que piensen en la Semana Santa y en las hermandades.

Capítulo 10

Los Medios, soporte y ayuda *

*Francisco Rosales ***

Para comenzar quisiera agradecer a la Universidad de Sevilla este curso de Información Cofrade que ha organizado, de noticias y de vivencias alrededor de las cofradías y de las hermandades de Sevilla y, especialmente, que hayan tenido a bien invitarme a participar en este panel.

Después de la magnífica puntualización que ha hecho el moderador, Ramón Reig, sobre el tema de la intervención de hoy; la exposición documentalísima y profunda de Juan del Río y la visión hermano-cristiana de mi compañero, Luis Arjona, voy a abundar en una idea que es el aspecto interno y externo de las cofradías. Es lo que quizás alguno ha intentado distinguir entre *cofradía* y *hermandad*. Cofradía es la hermandad en la calle, en la estación de penitencia, y la hermandad es esa vida interior a la que se ha aludido anteriormente.

Para mí la Información Cofrade de las hermandades es el origen, base y esencia de las hermandades de Sevilla, porque éstas se adelantaron a su procesión en cuatro, cinco, seis siglos. Fueron un medio visual de plasmar lo que se quería mostrar o enseñar: la pasión, muerte y resurrección de Nuestro Señor Jesucristo. Entonces, desde este punto de vista, las cofradías recogen completamente el sentir de todos los hermanos de Sevilla. Pienso que no se puede mejorar ni un paso de

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde las hermandades" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Notario y hermano mayor de la Primitiva, Pontificia y Real Hermandad de Nazarenos de la Sagrada Entrada en Jerusalén, Santísimo Cristo del Amor, Nuestra Señora del Socorro y Santiago Apóstol.

pallio, ni un paso de Virgen. Eso está hecho, completo, y es un cuadro, dentro de lo humanamente posible, perfecto, y se puede decir que no admite mejora, ni modificación alguna.

Pero, muy importante, es el aspecto interno de la Hermandad: su aspecto de formación. El gran reto que tienen hoy las hermandades es que la nómina de los hermanos no se limite a un día de presencia en la estación de penitencia asignado por la hermandad en la Semana Mayor, sino que participen más en la hermandad. En este sentido, los Medios de Comunicación tienen que servirnos de soporte y ayuda para mostrar toda una seña de actividades que las hermandades tenemos.

Otro aspecto a destacar es la relación de hermandades desde dos perspectivas: en primer lugar, esa relación de las mismas dentro de una localidad (Sevilla, en este caso), lo cual es muy significativo porque se están limando antiguas asperezas que habían entre las hermandades anteriormente; después hay otro tema en el que se está incidiendo cada día más, y puede tener una proyección de futuro importante: la relación de hermandades de fuera de la localidad. Este sentido de unidad entre las hermandades y el tema de la juventud –sobre el que ha incidido Luis Arjona–, son muy importantes.

Capítulo 11

Cómo abordar la noticia desde la realidad *

*Javier Criado ***

Mi agradecimiento, ante todo, a las personas que me han invitado a venir aquí y a todos vosotros que tenéis la paciencia de hablar con un psiquiatra. Voy a intentar basarme en los conocimientos científico-naturales y científico-culturales que poseo para hablar de este tema.

Desde el punto de vista de las hermandades, éstas necesitan que se hable de ellas, porque toda la realidad humana conlleva esta necesidad. Necesitan que el comentario que se haga de ellas sea teóricamente positivo, pero esto no quita que se pueda hacer también una crítica de lo negativo, como es propio en un análisis objetivo de la realidad. Si no se critican las cosas, no se corrigen. Humanamente, donde no hay crítica no hay corrección, a menos que se tenga una capacidad de sublimación tremenda (cosa que habitualmente no se da en nosotros). Toda persona tiene una capacidad de crítica permanente, pero hace falta alguien que esté enfrente para que le diga a uno el terreno que tiene por delante, cómo lo está pisando, y cómo lo debería de pisar. No se trata de que esté de acuerdo con su opinión, sino de hacer la reflexión sobre su verdad y sobre la objetividad o subjetividad que hay en ésta.

* Intervención tenida en el Panel "La Información Cofrade desde las hermandades" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Médico-psiquiatra y hermano mayor de la Archicofradía del Santísimo Sacramento y Pontificia y Real de Nazarenos de Nuestro Padre Jesús de la Pasión y Nuestra Madre y Señora de la Merced.

Este es el gran reto de un buen informador, de un comunicador, de un buen elucubrador de la noticia. Tiene que conocer la realidad, tener una base real no manipulada, pero sí elucubrar sobre ella.

Desde el punto de vista de las hermandades, y aquí me atrevo a hacer un "mea culpa", pienso que las hermandades de Sevilla, las únicas que conozco, terminaron su época gloriosa y están entrando en un bajón muy significativo en muchos parámetros sociológicos absolutamente evidentes. Y esto sucede aunque nosotros no los queramos ver a través de nuestro barroquismo psicológico. Abordamos las cuestiones cofrades casi como pregones, con esa pirueta en el aire de magnificencia, que tiene su sentido y que tiene su lógica en un momento determinado (como puede ser un pregón), pero que carece de sentido en otra esfera de la pronunciación hacia fuera, de la exposición de la problemática que uno tiene delante. Las hermandades, yo creo, estamos en una bajada y nos mentimos a nosotros mismos. No es bueno mentirse a sí mismos. Y puedo incluso contar datos anecdóticos de esto. Se llevan años leyendo en la prensa, en los libros y en todos los escritos, el "boom" de los nazarenos, de la gente en la calle en Semana Santa. Sin embargo, se pueden hacer estudios sociológicos sobre el contenido factible de personas en el recorrido de mi cofradía, y se ve que no tiene significación alguna en esta ciudad. Esas personas se meten en menor espacio que las que se podrían habituar en el estadio Ramón Sánchez Pizjuán.

Estos son datos reales, demográficos. Por tanto, no significa que sea malo o bueno, pero sí que yo no puedo ser prepotente y hacer una manifestación tremebunda. Por ejemplo, hace veinte años vemos una fotografía de la Macarena entrando en su basílica, y en ésta se observa que estaba el lugar absolutamente abarrotado, no cabía un piojo. Hoy se puede comprobar en una fotografía del mismo sitio, que no sólo se mantiene esa proporción de gente, sino que ha disminuido y en muchísima entidad. Cualquiera que vea hoy esa cofradía sabe que hay seis, siete u ocho filas de personas, unas detrás de otras viéndola entrar, pero nada más. Existe una aglomeración de personas entre la noche del jueves y media madrugada, pero la mañana del viernes ha bajado significativamente desde el punto de vista demográfico. Y, sin embargo, seguimos diciendo que sobra gente viendo las cofradías.

¿Sabéis una cosa? Hace treinta años la Macarena, cuando salía del arco y entraba en la catedral, recorría el perímetro completo de esa zona de la ciudad. No había más Sevilla del arco para allá porque allí se terminaba la ciudad.

Hoy la correlación con la proporción de habitantes de Sevilla es que del arco para allá hay infinitamente más gente que del arco para la catedral. Sin embargo, seguimos creyendo que del arco a la catedral sigue siendo el ombligo del mundo. Y evidentemente, ha dejado de ser, no el ombligo del mundo, sino el ombligo de la ciudad y se ha quedado sólo como el casco histórico. Y si queréis más, como el

casco histórico-artístico, pero no como el casco demográfico de nuestra población.

En cuanto a significación de nuestras filas de nazarenos, cierto es que las hemos aumentado, pero no en proporción con el aumento de la ciudad. Esto se puede hacer con correlaciones absolutamente fijadas. El aumento demográfico en la cofradía de los nazarenos de San Benito era mucho más espectacular ayer que hoy, o lo mismo de la cofradía que queráis. Y fijáos que estamos leyendo, escuchando todo lo contrario. Y uno dice: pero bueno, ¿qué análisis de la situación estamos viendo, cuando nos estamos engañando a nosotros mismos? Porque esto no es la realidad, por lo menos, no la realidad que yo conozco como psiquiatra y cofrade. Porque yo he ido a muchas cofradías en las que te dan papeletas de sitio, y en otras te dan un pescaíto o te invitan a una copita. Y os puedo garantizar que el mismo que dice a la Prensa «cuántos empujones», «cuánta gente», está dando poco después papeletas de sitio en la Junta de Gobierno, tres horas más tarde. Y se llevan estadillos económicos, de cruces, de nazarenos... Y cuando se termina, se compara con los del año anterior. Y como le falte uno, está el cofrade sudando, lo cual indica que nos estamos mintiendo o que la realidad psicológica y sociológica del tema no es la misma. Si nos sobran, ¿para qué plantearnos problemas?

Sin embargo, actuamos como si nos sobraran. Esto, desde el punto de vista organizativo del interior de la hermandad, es demencial. O se buscan las realidades y sobre éstas se maneja o se estrella uno. Y aquí, por lo que yo veo, oigo y experimento, no se toca la realidad. Entonces, ¿cómo hay que abordar la noticia desde la realidad?

Aunque sé que aquí no tenéis que ser todos católicos, os tiene a todos que interesar el tema de la información cofrade como profesionales. Del mismo modo que tenéis que aprender la realidad psicopatológica de la comunicación sociológica del medio donde desarrolláis. Y ésta no consiste mas que en conocer las verdades. Yo os pido a todos vosotros, como parte interesada en el asunto: ¡Cuidadme el tema, decídmelo con buenas palabras y adornadlo, pero ante todo, decidme la verdad! Porque mi gente aprende la realidad en que se mueve o mi gente se estrella. Y es mi obligación que no se estrelle y la vuestra la de dar esa información.

Y..., ¿cómo? Bueno, allá cada uno con su conciencia, porque tenéis que darla objetiva.

Sé que vengo aquí como hermano mayor, estoy haciendo una crítica de la Semana Santa y no porque quiera dañarla. En ocasiones me he visto obligado a estar fuera por mi profesión, pero en Semana Santa he logrado siempre estar aquí. Y creo que no hay nada más entrañable en mi expresión como sevillano que la Semana Santa. Nada hay en esta ciudad que identifique más al sevillano, al estilo que yo lo siento, que esta fiesta. Por lo tanto, estoy ahora mismo intentando, no sólo cuidarla, sino intentando meterla entre trapitos calientes. Pero no de los de hacer pregones

fatuos, ni ripios, que para eso hay que ser poeta. Y si todos queremos hacer ripios, nos convertiremos en una ciudad de ripiosos y tendremos una información ripiolera. Y esto nos lleva al desastre, a la hecatombe. Hace falta una información veraz, que analice los temas. Ahora, ¡cuidádmelos!, ¡analizádmelos con delicadeza, con cariño!, ¡protegédmelos, que son mi vida!

Por eso estoy aquí; para cuidarlos, pero ¡no cerréis los ojos! No decidme que las calles están llenas. ¿Qué calles se llenan? Menos que el estadio Ramón Sánchez Pizjuán, y ¿le voy ha decir a la gente que son muchas, porque yo prefiero ir sólo con mi mujer cogido del brazo y también quiera pasearme por la calle Francos a las doce de la noche de una madrugada y que no haya nadie? ¿También quiero yo eso? Pues claro, entonces lo que necesito es que nos cojan a mi mujer y a mí en un fanalito de alcohol y que nos pongan allí muy bien y que digamos que esa es la felicidad en la vida. Yo admito perfectamente su subjetividad. Pero no es la mía. No es la que quiero para mí ni para vosotros.

Y esto sirve para que os pida que cuidéis de esa otra Sevilla a la que le hace falta un paso. No a la calle Serpes, sino a la de la Macarena para allá, a la le que hacen falta diez pasos, porque no hay calles por donde pasen pasos. ¿Y ustedes saben una cosa? Hoy, sociológicamente, y es mi opinión como psiquiatra, he oído que se pone la gente las manos en la cabeza cuando el Gran Poder viene de San Lorenzo y pasa por la plaza de la Gavidia, montándose allí la de Dios en Cristo. ¿Y sabéis por qué? Porque no tiene por que no montarse, porque antes en Sevilla no existía un niño que naciera, y advierto que lo penséis bien como periodistas, porque el tema se las trae, que en Semana Santa no viera varios pasos delante de sus narices, que oliera a cera. Y no había un sólo niño que no conociera perfectamente el ruido de un paso de palio. Me estoy refiriendo a una situación sociológica general, no sólo a los niños de familias cofrades. Pues bien, ese niño, fuera de la cofradía que fuera, cuando pasaba el Señor del Gran Poder, sabía que era el Señor del Gran Poder. Y no tenía por qué ser creyente o no creyente, Pero, sin embargo, sabía la significación que aquello tenía para la ciudad y se callaba. Todo se identificaba alrededor de símbolos vivenciales, como podían ser los capiroteros, que servían para no hacer una referencia personalizada.

Y después de esto, me pregunto: ¿qué entiende de capirotes, qué reflexión simbólica va a hacer un niño de las Tres Mil Viviendas o del Parque Alcosa; en fin, de Sevilla? Es que hablamos de Sevilla y creemos que Sevilla son sólo los barrios céntricos e históricos. Pero hay una realidad: o yo transmito a la Sevilla de fuera de ahí el sentimiento de las calles Francos, Chapineros, plaza del Salvador, Cuna, Orfila, etc., o si no tengo esa capacidad, Sevilla se me convierte en la plaza de la Gavidia en la madrugada del Viernes Santo. Y que esto sea por necesidad sociológica, no por mala voluntad de quienes están allí, sino por incapacidad de los que estamos aquí.

Capítulo 12

Información y simbología en la Semana Santa y en el mundo cofrade de Sevilla *

Dr. Ramón Reig **

Siempre nos ha parecido motivo de curiosidad y de reflexión el hecho de que, llegada la Semana Santa, los escaparates de las librerías, las sevillanas en este caso, nos muestren año tras año, y por regla general, la misma panorámica, es decir, la Semana Santa vista desde una óptica determinada, relacionada con la «literatura tópica», el lloriqueo ramplón o la visión de alguien que pasó fugazmente por la ciudad en Cuaresma y después nos relata a su manera lo que ha creído vivir.

Sin embargo, los tratados rigurosos, elaborados a partir del estudio, la observación y la profesionalidad científica son sistemáticamente ocultados. Bajo expresiones como «el público es esto lo que quiere», se lleva a cabo una especie de censura subliminal, se ofrece una sola versión del fenómeno de la Semana Santa y, con ello, se considera al público en general como incapaz de asimilar otra cosa que no sea lo que se le ofrece.

Pues bien, uno de esos estudios rigurosos a los que antes nos referíamos lo llevó a cabo quien fuera profesor de Sociología en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla, José María de los Santos (1935-1989). El estudio, titulado

* Intervención tenida en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Profesor Titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

«El universo simbólico de la Semana Santa»¹, tiene para nosotros la doble atracción de haber sido escrito por una persona que fue a la vez hombre de ciencia, estudioso de las ciencias sociales aplicadas a Andalucía, y sacerdote alejado del oficialismo conservador y simplificador de los fenómenos sociales hasta extremos que rozan lo ridículo. Creemos que, salvo un ciclo académico que algunos le dedicamos en la Facultad de Ciencias de la Información, muy poco se ha lamentado la pérdida de José María de los Santos, un hecho propio de un pueblo que se desconoce a sí mismo.

Al tratar de la estructura de las Fiestas Pascuales andaluzas, escribió José María de los Santos: «Las fiestas primaverales poseen entre nosotros dos perspectivas perfectamente definidas: la perspectiva sincrónica, esto es, la Semana Santa propiamente dicha, y la perspectiva diacrónica, es decir, el desglose de la misma Semana Santa en una cincuentena de celebraciones. Este período se cierra a su vez en la Fiesta del Corpus, cima de todas las celebraciones y recapitulaciones de todo el proceso»².

Estamos por tanto ante un proceso de interpretación de toda la actividad folklórica andaluza —entendido folklore en sentido antropológico— que el profesor De los Santos extiende a otras festividades como las ferias —la de abril en el caso de Sevilla—, el Rocío e incluso la Navidad. Todo posee una lógica, una globalidad, en la que se está «representando» un auto sacramental, la Semana Santa, que conduce a reivindicar la utopía hecha ya símbolo en la resurrección del Cristo yacente y, más en profundidad, en la presencia del Jesús Niño que, bien en los brazos de la Madre (Virgen del Rocío), bien en el Nacimiento de Belén, es «símbolo del eterno retorno de quien vive después de la muerte»³. El Niño aparece en la festividad del Corpus también e incluso, durante la Semana de Pasión, algunas hornacinas que quedan vacías en los templos al estar sus imágenes en procesión, se observan ocupadas por Jesús Niño.

La interpretación de José María de los Santos no invita al estatismo. La religión, el folklore andaluz es algo vivo. «El Niño barroco —dice— imagen de Jesús en su gloria, es simultáneamente imagen del hombre nuevo que debe dar lugar a una sociedad nueva basada en la igualdad y la justicia. Por eso en las hermandades de gloria, María, símbolo de la utopía, muestra al Niño como fundamento de la nueva realidad abierta tras el sacrificio de Cristo. Si ella es la imagen de la utopía, Jesús

¹ SANTOS, José María de los: «El Universo simbólico de la Semana Santa» en VV. AA.: *Semana Santa en Sevilla*. B.E.A., 5 vols., Sevilla, 1982-1983, vol. III, 1983, pgs. 262-289.

² SANTOS, José María de los: op. cit., pg. 275.

³ *Ibidem*, pg. 287.

es el hombre nuevo, piedra angular sobre la que se construye esa realidad largamente soñada»⁴.

No es desdeñable el análisis de José María de los Santos, su esfuerzo por introducir una lógica intelectual a la cultura andaluza en este campo, lógica que alcanza incluso a las ferias, como se ha dicho. Para él, en la Feria de Abril, el sevillano busca esa ciudad nueva, al margen de la antigua, donde ubicar una nueva sociedad y un hombre nuevo. La conexión aquí con lo religioso es evidente. La visión del profesor De los Santos, muy atractiva. Otra cuestión es la realidad, la tergiversación de que son objeto las fiestas andaluzas por determinados grupos sociales de poder tanto civiles como eclesiásticos.

En las fiestas primaverales andaluzas, y especialmente en la Semana Santa, José María de los Santos observó, a semejanza de otros estudiosos⁵, que se dan cita símbolos procedentes de diversos momentos de evolución cultural, aunque englobados y regidos, eso sí, por los elementos procedentes del Barroco, «culmen y síntesis de todo el proceso». Encontramos por tanto símbolos medievales tardíos, como las estaciones de penitencia, la exaltación de la cruz o los estatutos de limpieza; símbolos renacentistas (las fiestas de primavera, el mito de Cristo, la exaltación de la naturaleza o la utopía a la que ya se ha hecho referencia); y símbolos específicamente barrocos: el esplendor del culto a la eucaristía, la exaltación de la muerte, o la forma plástica (autos) de las celebraciones y expresiones literarias. «Toda esta constelación de símbolos y expresiones encontrará en el Barroco su mejor momento de síntesis cultural y su cristalización en modelo a proyectar en otras épocas y coyunturas»⁶.

Veamos rápidamente el significado de algunos símbolos de los señalados por el profesor De los Santos. La estación de penitencia, ancestral celebración de la Iglesia de Roma, posee en su peregrinar, derivado del antiguo peregrinar por los templos, la necesidad de andar un camino hasta llegar al Paraíso, a la Salvación. Es una clara resonancia de la peregrinación del pueblo de Dios.

La Cruz es la conexión con el árbol de la vida medieval, es el símbolo del centro del Universo «en cuanto se supone que la sangre de Cristo fue derramada

⁴ Id., pg. 288.

⁵ Véanse por ejemplo las obras de MORENO NAVARRO, Isidoro: *La Semana Santa de Sevilla. Conformación, mixtificación y significaciones*. Ayuntamiento de Sevilla, 1992; RODRIGUEZ BECERRA, Salvador: *Las fiestas de Andalucía*. Editoriales Andaluzas Unidas, Sevilla, 1985; BURGOS, Antonio: *Folklore de las cofradías de Sevilla*. Universidad de Sevilla. 3ª edición, 1982; GOMEZ LARA, Manuel J. y JIMENEZ BARRIENTOS, Jorge: *Semana Santa: Fiesta Mayor en Sevilla*. Ed. Alfar, Sevilla, 1990; DIAZ FEO, César: *Introducción a la Semana Santa de Sevilla*. Ed. Arpa, Oviedo, 1995.

⁶ SANTOS, J. M.: op. cit., pg. 267.

exactamente en el centro de la Tierra»⁷. Este mito medieval de la Cruz pasará al Renacimiento y al Barroco, siendo enriquecido por personalidades como Fray Luis de Granada (1504–1588) en su obra *Introducción al Símbolo de la fe* (la Cruz será ya esperanza de una nueva sociedad)⁸.

El mito de Cristo pertenece a la filosofía religiosa de Erasmo de Rotterdam. Cristo es aquí arquetipo de lo humano e imagen de una Humanidad–cuerpo que tiene a Cristo por cabeza. Ello va a originar todo un clima antropocéntrico que se reflejará en la imaginiería.

Por último, la exaltación de la muerte es quizá el símbolo más representativo del Barroco. El hecho debe conectarse evidentemente con la situación social, con la llamada «refeudalización» española, debida a la coyuntura desfavorable sobre todo para los más humildes (pobreza, hambruna, pestes), que da lugar a un clima de pesimismo. Salir de él, paradójicamente, va a significar que el amplio sector poblacional afectado vea en la muerte el momento solemne de la igualdad, «como va a ver en la eucaristía el instrumento para lograr la transubstanciación a una vida mejor, en la que sean superadas las lacras del presente»⁹. El monumento que el Jueves Santo se alza es precisamente la apoteosis a favor de la eucaristía. Un símbolo esencial al igual que, por otra parte, van a ser las escenificaciones de los pasos, semejantes a los autos de fe, el palio de la Virgen símbolo de la multitud salvada según las palabras proféticas «derriba del trono a los poderosos y exalta a los humildes», o el gran manto de las Dolorosas que recuerda al pueblo que las sigue y que es seña de identidad de la utopía que llega tras la consumación de la muerte gloriosa de Jesús de Nazaret.

Sobre esta base simbólica, que hemos recogido sucintamente de las investigaciones del profesor José María de los Santos, así como de otros conceptos ancestrales con repercusiones en la actualidad, se construye todo un mundo comunicacional dentro de las cofradías y, en general, en el seno de la sociedad sevillana y andaluza. La Semana Santa constituye todo un universo de mensajes informativos, un recordatorio de facetas históricas, antropológico–culturales, que se hacen presentes y se tornan en un acto comunicacional por cuanto millones de seres humanos llevan a efecto una actividad interactiva con aquellos mensajes que reciben y que cada cual interpreta o lee de formas plurales aunque en estas lecturas predomine una óptica religiosa similar.

⁷ Id.

⁸ En SANTOS, J. M.: op. cit., pg. 267.

⁹ Id., pg. 273.

César Díaz Feo describe así los mensajes visuales que proyecta, por ejemplo, el escudo (heráldica) de la «Hermandad de Nuestro Padre Jesús de las Penas y María Santísima de la Estrella, Triunfo del Santo Lignum Crucis, San Francisco de Paula y Santa Justa y Rufina», conocida popularmente como «La Estrella», con sede en el barrio de Triana: «Una estrella de seis puntas que representa la advocación de la titular, la Santísima Virgen de la Estrella. En su interior dos escudos ovalados, trayendo el primero el jeroglífico del Triunfo de la Santa Cruz, compuesto por una cruz verde con corona de laurel, sobre la bola del mundo, enroscada por una serpiente y coronada por una calavera. De la bola parten dos palmas hacia los brazos de la cruz: el segundo cuarteado en cruz, llevando en el primero y cuarto las armas de Castilla, y en el segundo y tercero las armas de León; sobre el todo tres flores de lis, dentado en punta con las armas del Reino de Granada. Timbrado el primer escudo ovalado con una corona de espinas con los clavos de Cristo, y el segundo la Corona Real de España. En el centro superior de los dos escudos el blasón de San Francisco de Paula que es el Sol de la Caridad, con las siglas 'Charitas'. En el centro inferior, el relicario del Santo Lignum Crucis. El todo timbrado por la Tiara Pontificia sobre las llaves de San Pedro y orlado por dos palmas que representan el martirio de las Santas Justa y Rufina»¹⁰.

Como hemos indicado, es sólo un ejemplo pero esta proyección visual de mensajes que, en un sólo elemento en este caso religioso emite datos sobre un pasado y unas creencias comunes, se repite no sólo en toda la heráldica de la Semana Santa sino en su imaginería y en todo el decorado de sus pasos. Y este universo simbólico suele estar más cerca del ciudadano en función de la cercanía que una cofradía concreta haya representado en su trayectoria vital.

José Luis Ruiz Ortega, tras reconocer que una celebración religiosa que hunde sus raíces en el siglo XV se proyecta hacia el XXI a través de una idea esencialmente igual después de tantos siglos, afirma que «existe una identificación entre los habitantes de las distintas zonas de la ciudad [de Sevilla] y la manera en que se concreta, en ese lugar, la Semana Santa. La cofradía que reside en la parroquia o la iglesia, la vinculación familiar y en el tiempo con la misma, la devoción a unas determinadas imágenes que se hacen tan del barrio que adoptan su nombre y la manifiestan como bandera ante el mundo. (...) Lo mismo que las imágenes se individualizan por el lugar en que residen, las gentes de un barrio o lugar se identifican con su cofradía. Se apuntan a la hermandad del barrio, la defienden; puede que a lo largo del año sólo entren en la iglesia para contemplar los pasos y en las ceremonias sociales: bodas, bautizos, entierros,... En los dos primeros casos es tam-

¹⁰ DÍAZ FEO, César: op. cit., pg. 46.

bién frecuente que se realicen ante las imágenes titulares. La cofradía es, en multitud de ocasiones, punto de referencia de la población de un barrio»¹¹.

La salida procesional de una cofradía será la expresión comunicativa mediante la cual una comunidad zonal concreta dé a conocer al resto su seña de identidad en este terreno religioso. Ruiz Ortega constata el ejemplo del barrio de San Bernardo, de Sevilla, muy castigado por el abandono y la especulación, aunque poco a poco está siendo rehabilitado, que es testigo el Miércoles Santo de cómo acuden a la salida procesional de sus imágenes titulares gentes que un día nacieron y/o vivieron en él, uniéndose así a quienes aún lo habitan al tiempo que utilizan la efemérides para no olvidar los lazos afectivos e incluso transmitirlos a otras generaciones.

Es cierto que, como indica el psiquiatra y cofrade Javier Criado¹², no puede tomarse el hecho de forma ortodoxa puesto que existen cofradías que atraen la devoción y la hermandad de ciudadanos de cualquier lugar de la ciudad e incluso de fuera de ella. Pero no es menos cierto que en la actualidad hasta el barrio más lejano trata de fundar o impulsar una cofradía al tiempo que el número de cofrades aumenta significativamente, tal vez, creemos, en una dinámica que busca un sentido a la existencia, un refugio en algo que se estima como propio en un mundo excesivamente grande, transnacionalizado a causa del desarrollo estructural de los medios de producción en general y de los Medios de Comunicación en particular, insertos en los mismos medios de producción que conllevan el avance tecnológico.

Pues bien, podemos afirmar que las personas que se desenvuelven en el seno de todo el ámbito informativo-simbólico de la Semana Santa, llevan a efecto una actividad comunicacional tanto en el interior de las cofradías como desde el interior hacia el exterior. Los significados, la historia y las actividades de las cofradías y de sus cofrades se dan a conocer no sólo por medio de ceremonias, encuentros y ciclos de conferencias sino por medio de periódicos o boletines informativos, hasta el punto de que resulta muy extraño que una cofradía carezca de este elemento. Se abre así un campo para la investigación desde el punto de vista universitario. La Universidad, y menos los docentes que en ella ejercen el estudio de la Información, no puede ser ajena a un tema que congrega a la inmensa mayoría del pueblo andaluz en torno a estos excepcionales Medios de Comunicación que contienen una triple dimensión, al menos: visual (heráldica, imaginería), no verbal (poder persuasivo de

¹¹ RUIZ ORTEGA, José Luis: *Geografía urbana de la Semana Santa de Sevilla*, Eco 21 Comunicación e Imagen, Sevilla, 1992, pg. 9.

¹² Véase REQUENA, José María, CRUZ, Miguel y CRIADO, Javier: *Las cofradías de Sevilla vistas por un novelista, los escritores y un psiquiatra*. Sevilla, 1987, citado por RUIZ ORTEGA en op. cit., pgs. 10-11.

las imágenes como el Nazareno del Gran Poder, por ejemplo) y discursiva (boletines informativos, hojas, periódicos, etc.).

En esta última dimensión podemos costatar algunos datos, derivados del análisis introductorio o aproximativo que hemos llevado a cabo examinando uno de los múltiples boletines de Información Cofrade que edita las hermandades sevillanas. Se trata del Boletín número 37, año XV, diciembre de 1995, de la «Real e Ilustre Hermandad Sacramental de Nuestra Señora del Rosario, Animas Benditas del Purgatorio y Primitiva Archi-cofradía del Sagrado Corazón y Clavos de Jesús, Nuestro Padre Jesús de la Divina Misericordia, Santísimo Cristo de las Siete Palabras, María Santísima de Los Remedios, Nuestra Señora de La Cabeza y San Juan Evangelista», que hace su estación de penitencia el Miércoles Santo, el cual contiene los siguientes elementos:

1. Tamaño 17 x 24,5 cm. Un total de 16 páginas.

2. Un título de cabecera sintético: *Siete Palabras*, que se hace eco así de la denominación con que popularmente se conoce a esta cofradía (incluso prescinde del artículo «Las» que, en el argot popular, al referirse a esta cofradía, precede al citado concepto católico).

3. Portada y contraportada a color; la portada contiene los símbolos heráldicos de la Hermandad —que saca a la calle tres pasos, un Nazareno, un Cristo y una Virgen bajo palio—, suele estar ilustrada por la foto de una de las imágenes titulares y ofrece además una orla altamente barroca que rodea la foto de portada y la cabecera (no hay contenidos internos ni sumario, sólo el lenguaje visual indicado).

4. Las páginas interiores, al igual que portada y contraportada, van a papel *couché* pero en blanco y negro, a dos columnas o simplemente en caja de escritura, y completadas con lenguaje fotográfico.

5. La diagramación es clásica, diríase que corre a cargo del impresor y no de profesionales especializados.

6. En cuanto al contenido, algo anárquico en sus secciones desde el punto de vista periodístico, podemos dividirlo en tres apartados: opinión en la línea de los fines de la Hermandad y de sus reglas; notas e informaciones más amplias sobre actividades diversas; datos históricos. En el segundo de los apartados incluimos una información que con el titular «Nueva Junta de Gobierno» y el subtítulo «Diecisiete Hermanos al servicio de todos nosotros», se presenta al lector en cinco páginas a dos columnas, con foto a dos columnas también, firmado por dos autores, Carlos J. Arribas Luque y Jesús Sánchez Araújo, y toda ella encabezada por un cintillo en el que se lee: «Reportaje», con intención sin duda de dar a entender al receptor que se está ante una información amplia, detallada, y en consonancia con la información periodística, que hace referencia a un tema esencial para la Hermandad.

7. Se observa una mínima presencia de publicidad relacionada con la Semana Santa: un anuncio a media página en página 14 que hace referencia a una casa que confecciona túnicas, capirotos, escudos de oro y plata, etc.

8. Aunque este número no lo refleja, es habitual la presencia del género poético de inspiración cristiana.

Capítulo 13

Las procesiones de Semana Santa en las opiniones públicas local, regional y nacional *

*Dr. Pedro Orive Riva ***

Sospecho que algunos participantes podrían exclamar: ¡qué hace en esta Universidad andaluza un catedrático de Madrid! Incluso otros subiendo un escalón más podrían inquirir: ¿cómo se atreve a hablar de procesiones en la «capilla sixtina» de las manifestaciones pasionales, que es la monumental Sevilla, dechado de riquezas y tradiciones espirituales, culturales y artísticas? Donde cualquier ciudadano sabe, ó al menos cree saber, que es cosa distinta, todo sobre la etiología, evolución y vivencia actual de sus hermandades y cofradías, de suerte expuestas a un verdadero reto cara a los nuevos siglo y milenio, aunque eso sí, en el fondo donde no cabe poner en juego la autenticidad de la moral religiosa y la ética social que las alienta.

Pueden equivocarse, y mucho, quienes fijándose sólo en los signos mundanos dominantes en las procesiones andaluces de Semana Santa –bullicio y canto, entre ellos–, no adviertan a ver que no son tan artificiales; pues buena parte de las gentes saben tomárselo en serio cuando hace falta.

Basta hacer un Rocío entre ellos –agotador donde lo hay– para reforzar la observación. Tres días en la carreta ó andando hasta llegar al Santuario sin como-

* Conferencia pronunciada en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Catedrático de Estructura de la Información Periodística en la Facultad de Ciencias de la Información y director del Departamento de Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid.

didades unen e identifican en serio para el resto del año. Y si bien de noche se divierten y juegan a tope, de mañana lo primero es ir a Misa.

Como ustedes tienen el derecho de una explicación al respecto se lo voy a hacer volviendo a enunciar la mera lectura del título de mi conferencia: «Las procesiones de Semana Santa en las opiniones públicas local, regional y nacional». Pretensión comprenderán muy lejana de lo abordado en anteriores y posteriores paneles de este «I Encuentro» sobre la Información en Semana Santa donde acaban de intervenir verdaderos expertos de aquí.

Supuestas mis líneas de investigación científica, centradas en las Comunidades Autónomas¹ y el Estado español², lo lógico era que intentara esbozar en este momento la formación de las opiniones públicas en ambos niveles territoriales, en torno a materia tan difícil de plasmar —la religiosidad—, necesitada del dominio de sucesivos enfoques, ante la existencia de diversos modelos de procesiones.

Para describir tales opiniones con cierta aproximación no queda más remedio que hablar de disonancia cognoscitiva, entre la realidad y lo vehiculado; de información oculta, ruidos, poder y disponer; y en suma de manipulación, porque semejantes «handicaps» también afectan a la vida interna de hermandades y cofradías y la operatividad exterior de sus procesiones de Semana Santa en cada nivel territorial.

ENTIDADES VIVAS

Las hermandades y cofradías son entidades vivas, concitadoras de voluntades y esfuerzos. En cuanto centros de interés humano de alta temperatura también están expuestas a tensiones y críticas internas y del exterior, pero cualquiera que sean su grado y repercusión terminan diluidas y el núcleo troncal de su existencia y operatividad resulta indestructible. Nada ni nadie puede acabar con su poder.

Por eso las preguntas respecto sus puntos neurálgicos no tardan en aparecer:

— ¿Se parece algo la visión que de las hermandades y cofradías dan los Medios Informativos (Prensa, Radio, TV, Vídeo, etc.) de la realidad de cada modelo?

— La Semana Santa de mi localidad o ciudad que tratan esos Medios, ¿es la

¹ ORIVE RIVA, P.: *Comunicología Regional*. Fragua, 3ª edición, Madrid, 1985, ps. 1-58.

² ORIVE RIVA, P.: *Los españoles ante los telediarios*. AECAS—Editorial Ciencia 3. Madrid, 1988, ps. 98-162.

adecuada o por el contrario una mera entelequia, fruto de los intereses comerciales día a día más operativos en algunos de ellos?

- ¿Qué cantidad de flujos informativos se ocultan? ¿A quién perjudica o beneficia de materializarse?

- ¿Están o no preparados los profesionales de la Información que los tratan?

- ¿Qué frena a ciertas hermandades y cofradías a no dar suficientes datos de los principales hechos generados en su interior?

En la praxis cualquiera de esas interrogantes abren un mar de incertidumbres. Pensemos a modo de ejemplo en el debate permanente ante el reciente despliegue de materiales innovadores (separatas, vídeos, medallas, etc.), casi siempre rayando el bombardeo publicitario y comercial.

Esto último algunos lo resuelven justificando la cerrazón informativa de algunas hermandades y diciendo que no se puede dejar carta blanca para que determinados medios subviertan el enfoque pasional y sólo busquen elevar el ranking de circulación para ganar ingentes cifras de dinero.

Los dilemas en torno a una problemática así de candente alcanzan tonos sorprendentes en las poblaciones de Semana Santa extraordinaria, en cabeza la de Sevilla, siempre de campanillas, cuyas manifestaciones, a juicio de su alcaldesa, Soledad Becerril, penetran todos los poros de la vida entera ciudadana, siendo más que un hecho religioso, una realidad social, económica y cultural poderosa de relieve, incluso internacional.

AUMENTO DE FLUJOS INFORMATIVOS PASIONALES

Junto a esto y de rebote este complejo panorama explica el crecido aumento cuantitativo (y cualitativo) de los flujos informativos pasionales vehiculados desde el doble frente de unos Medios Impresos y Audiovisuales cada día mejor equipados tecnológicamente (el color y el vídeo están siendo definitivos) y preparados para tratarlos.

Por ende pocos podrán dudar de que al área de especialización informativa religiosa sea preciso adherir una nueva subárea de hermandades y cofradías, urgidas ambas de una reflexión puntual acerca de la forma de hacer y prospectiva de los profesionales y las organizaciones comunicativas implicadas, aunque siendo siempre conscientes de las dificultades propias de la Iglesia que hoy se siente un tanto alejada porque las gentes no van como antes.

Y, en esta línea, de la práctica inexistencia de una reflexión pastoral responsable sobre hermandades y cofradías cuando en estos tiempos cambiantes y desa-

rraigados de la trascendencia, en particular las procesiones –expresión última visible de ambas–, aportan uno de los escasos instrumentos para «entusiasmar» ahora que tanto escasean los signos públicos de religiosidad.

HECHO INFORMATIVO DIFERENCIAL

Justamente hace menos de un año en mi Pregón de Semana Santa, 1.995, pronunciado en la ciudad manchega de relieve universal, Valdepeñas, pórtico de entrada de Andalucía, anticipé la noción de este tipo de hecho informativo diferencial y entrañable, de por sí emotivo, sentimental, embargado del fervor colectivo, aun a pesar de albergar ciertas dosis de fanatismo e incultura.

La alusión al fanatismo en este contexto acaso precise de la atenuación de ser «una tentación consustancial al hombre, en la que todos hemos podido o podemos caer –observa Pinillos–. Pero, para un cristiano que aspire de verdad a serlo, jamás puede ser otra cosa que una tentación que debe procurar deshechar»... «Más bien, el espíritu cristiano debe esforzarse en prevenirlo, con el ejemplo a ser posible»³.

Polarizado en el diario quehacer del modesto costalero que pudiera pecar de cierto fanatismo, la llamada al esfuerzo preventivo está llamado a ser el mejor servicio a prestarle desde la infraestructura de cualquier hermandad y cofradía, máxime si a ello se acompaña alguna dosis de incultura. En la vida real esto suele ocurrir y es una lástima que se hable tan poco de la labor social, cultural y religiosa interna y externa que hacen.

Un hecho informativo–periodístico con la virtualidad añadida de resultar cada vez más atractivo para los «News Media» –principalmente la TV por Cable, vía hacia una nueva era comunicativa– y que en términos generales constituye un verdadero reto a los Medios de Comunicación, «urgidos estos momentos de un Periodismo más comprometido con la sociedad, y menos obsesionado por la política. Un Periodismo más modesto, absolutamente enraizado en la vida y costumbres»⁴.

A este respecto, y la hipótesis la habíamos expuesto en una anterior conferencia en la Universidad de La Rábida, «las predicciones científicas más solventes señalan como desde aquí hasta finales de siglo y nacimiento del tercer milenio las organizaciones comunicativas se van a ver obligadas a desplazar buena parte de esos contenidos políticos dominantes, hacia otros más diversos de corte social, educativo,

3 PINILLOS, J.L.: «Fenomenología del fanatismo», *Fanatismo y Cristianismo*. Colegio San Pablo-CEU, Madrid, 1983, p. 29.

4 ORIVE RIVA, P.: «Pregón 1.995». *Semana Santa Valdepeñas*. Ciudad Real, 1995, p. 9.

recreativo y de calidad humana, verdaderos requerimientos de la sociedad post-industrial, dentro de la cual poblaciones cada vez más altas serán retiradas precozmente del trabajo activo, y donde por primera vez porcentajes significativos de ella, principalmente los jóvenes, jamás conseguirán un puesto de trabajo estable, abriéndose a otras formas de hacer entre ellas el teletrabajo y el trabajo en la casa»⁵.

Este tipo de acontecimiento aludido, además resulta ideal a la hora de producir mensajes mediáticos, dado que en su propia esencia comporta el máximo posible de elementos constitutivos candentes: imágenes (en ocasiones vivientes), palabras altisonantes, música, dramatización, misterio, sentimientos, fe.

DIVERSIDAD REGIONAL DE LAS PROCESIONES DE SEMANA SANTA

Claro si se pretende tomar noticia puntual de la envergadura de estos acontecimientos es preciso conocer mejor las procesiones de las principales Comunidades Autónomas, porque cada tierra posee un orden distinto de sensibilidades y formas de manifestar públicamente sus sentimientos y creencias religiosas, artísticas, culturales y sociales.

De entrada el periodista especializado tratará mejor la Semana Santa sevillana si antes se ha esforzado en conocer y vivir, primero, la de su propia ciudad, pero luego la del resto de Andalucía, y finalmente algunas de las más significativas desarrolladas en las restantes Comunidades Autónomas, sin menor duda las vecinas.

Máxime en una coyuntura donde los Medios Informativos al aproximarse la Cuaresma, y no digamos en los días claves de la Semana Santa, tienen la virtualidad de captar los acontecimientos de forma instantánea y universal. El encadenamiento de periódicos, estaciones de Radio y programas de Televisión, asegura estos tiempos una circulación extensiva y continua de flujos pasionales.

Qué bien puede contextualizarse su trabajo periodístico sobre cualquier hermandad o cofradía si se tiene la oportunidad de investigar datos acerca de las poblaciones de Semana Santa extraordinaria. Del tenor, por ejemplo, de Andújar, que venera la Virgen de la Cabeza y, precisamente durante la noche del 11 al 12 de mayo, cuando para conmemorar el acto de la aparición, la cofradía local organiza unos actos festivos y religiosos con invitación a otras cofradías, en el Cerro, que alberga el Santuario⁶.

⁵ Ib.

⁶ TORIBIO, J. C. y CORCOLES, J. V.: *Andújar. Romería de la Virgen de la Cabeza*. Edit. Everest, S. A., Madrid, 1982, p. 140.

Aquellas otras que presentan singularidades contravertidas del tenor de los desfiles Bíblico-Pasionales de Lorca (Murcia), entre la rivalidad de las Cofradías Blanca y Azul donde, en frases de Salvador Rueda,

«Desfilan como un mudo de portentos,
coronas, alas, sedas y armaduras
y el oro hecho bordados y locuras
que salpica de luz, telas y vientos.
Angeles, Patriarcas, Dignidades
Símbolos y Divinas Majestades
pasan entre oleadas de grandeza.
Y asombra aquel desfile nunca visto
cual si la fiesta consagrada a Cristo
fuese el juicio final de la Belleza».

O la Pasión Viviente de Viernes Santo en Castro Urdiales (Cantabria), «haciendo dudar a los visitantes foráneos si realmente están en el siglo XX o en el primero de la Era Cristiana», en frase de Luis Magaz Jimeno, presidente de la Asociación Cultural Pasión Viviente⁷, promotora de la procesión.

Semejante riqueza de ingredientes y matices de este tipo de acontecimiento informativo-periodístico no puede ignorar la existencia de riesgos al convertirse luego en noticia. Pues ambas fases se diferencian en que aquél es el campo semiótico de la noticia, mientras ésta es más bien la conformación a que da lugar el tratamiento diferencial sobre la actualidad dado por cada organización comunicativa.

La segunda -noticia- en el quehacer de hermandades y cofradías, imbuídas de las peculiaridades regionales, sobre todo durante las procesiones de Semana Santa, requiere de los profesionales y organizaciones informativas un criterio responsable para discernir entre los ámbitos mundano y creencial o festivo y religioso con frecuencia gestados entremezclados o adheridos a otros flujos provenientes de la coincidencia con la ola de vacaciones y la afluencia de extranjeros (afincados o turistas).

Vehiculándose este tipo de flujos frecuentemente en las secciones, cuadernillos especiales o suplementos monográficos, con la adjetivación Religión, se justifica alguna consideración previa. La profesora Concha Fagoaga y yo incluimos dentro del cuestionario de la primera línea de investigación de contenidos especializados, pasado a todos los directores de periódicos entonces ejercientes en el curso

⁷ MAGAZ JIMENO, L.: «Recordatorio», *Pasión Viviente. 10 años de una Historia 20 siglos de un Acontecimiento*. Caja Cantabria, Castro Urdiales (Cantabria), 1994.

1973-74, este asunto, cuando ni siquiera se mentaba el fenómeno de la especialización periodística⁸.

Los veinte directores de periódico que respondieron entonces aportaron diecisiete alusiones, puntuales, proyectivas para tipificar los rasgos diferenciales del informador del área: sacerdote a ser posible (2), formación doctrinal (Teología e Historia de la Iglesia) (2), estar al día con suficiente información (2), objetividad (2), no necesariamente eclesiástico (1), seglares con necesaria preparación (1), afinidad con los temas religiosos (1), tener en cuenta que la religión es un asunto privado y no del periodista (1), sentido de la responsabilidad moral y social (1), sentido común (1), criterio (1), rigor expositivo (1) y «doctores tiene» (1).

Tomadas en su conjunto de referente, desde ese momento inicié otra línea de investigación –operativa todavía estos días–, con la hipótesis de averiguar hasta qué grado interesa al público la temática religiosa y su opinión acerca de lo leído, escuchado ó visto. Y luego, intentar evaluarlo para, en vista de los resultados, extraer metodologías capaces de lograr la convergencia de las organizaciones comunicativas, los informadores y colaboradores en la materia y las instituciones sociales básicas, y en definitiva mejorar las actitudes y contenidos, si cabe, de todos.

Además existe una desproporción entre la riada de los flujos vehiculados cada Semana Santa por determinados Medios Informativos y la escasa, casi nula, reflexión y comentarios provenientes de los principales focos de decisión religiosa, cursos, seminarios y jornadas. A ello se debe la buena acogida manifestada por este «I Encuentro», merced a la fina sensibilidad científica del profesor Gómez y Méndez, pionero en este ámbito de investigación comunicativo.

EL INFORMADOR RELIGIOSO Y COFRADE

Para la línea seguida por nosotros se tuvo en cuenta, desde el principio, la distinción entre Información Religiosa y Periodismo Religioso. «El informador sobre noticias religiosas –advierte Blázquez– debe actuar con la competencia y responsabilidad exigibles a cualquier otro informador. La libertad es un derecho humano fundamental, que debe ser respetado y tratado con la misma objetividad e imparcialidad que cualquier otro asunto de interés público»⁹.

El autor insiste en «criterios rigurosamente profesionales, evitando por igual el estigma clerical como el laicismo».... «La teología y la vida cristiana tienen su

⁸ ORIVE, P. y FAGOAGA, C.: *La especialización en el Periodismo*. Dossat, Madrid, 1974, ps. 5-6.

⁹ BLAZQUEZ, N.: *Ética y Medios de Comunicación*. Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, 1994, p. 309.

propio lenguaje codificado»¹⁰. Sin embargo, ello no impide que este tipo de informador, como advierte el Padre Unciti, no pueda escribir del «misterio de Dios», «misterio de Cristo» y «misterio de la Iglesia», «como quien escribe de toda otra realidad temporal»¹¹.

Cuestión sensible en extremo e introyectable en la vivencia del hacer periodístico, puesto que «ese comunicar e informar sobre estos «misterios» con la calidad de tono, amor y adhesión al ministerio que se está ejerciendo, no implica –como alguno podría sentirse tentado a pensar– un rebajamiento de la objetividad profesional»¹².

Observaciones con las que estamos de acuerdo, en cuanto ayudarán a tipificar la función del periodista especializado de esta subárea a que más adelante nos referiremos y a reforzar argumentos para que las organizaciones comunicativas no sean víctimas de la instrumentación del hecho religioso para fines políticos partidistas, nacionalistas ó de mera competencia mediática.

Curiosamente en los intervalos propios de cada Semana Santa, elegimos una ciudad o localidad distinta, dotadas de hermandades y cofradías de enorme proyección y donde a su vez se desarrollarán procesiones importantes, con objeto de estudiar el impacto en la opinión pública de lo vehiculado al respecto por los Medios de Comunicación colectiva –sobre todo la Prensa– durante veintiún días (los siete propios de la celebración y sendos periodos temporales idénticos de antes y después del acontecimiento). Y en sucesivas ediciones distinguimos entre las rutinas o el ensayo de estrategias innovadoras aparecidas en sus secciones y programas.

Hasta 1998–99 no está prevista la finalización y publicación de resultados del trabajo conjunto, pero ello no obsta para que nos fijemos ahora en el incremento cuantitativo de los flujos religiosos en general (habiendo superado en porcentaje la de alguna sección antes por encima de religión), el recrudescimiento de la tradicional disonancia del binomio realidad–contenido vehiculado, y la aparición de nuevos «handicaps» en la forma de entender y operar de las instituciones sociales básicas en relación a las organizaciones comunicativas e informadores y a la inversa.

Estos fenómenos reclaman una cuidadosa atención a la hora de incorporar a las plantillas de las redacciones de periodistas o colaboradores de religión, responsables, pero a vez los demás agentes deben estar alertados. Pues «esas diferentes

¹⁰ Ib., ps. 310–311.

¹¹ UNCITI, M.: «La Iglesia, Misterio y Acontecimiento», *La Iglesia dato informativo*. Ediciones Paulinas, Madrid, 1.981, p. 31.

¹² Ib.

formas de hablar y de actuar en público hemos de aprenderlas todos –añade Blázquez–, predicadores auténticos del Evangelio y profesionales de la Información, si queremos llegar a un entendimiento razonable con la audiencia, que cada vez estará más interesada»¹³.

A su vez los directores de Medios han de estar muy receptivos al flujo de cartas y artículos ocasionales provenientes de personas que desean manifestar sus ideas y noticias. El «feed-back» ocasionado puede ayudar a mejorar los contenidos en su conjunto. Máxime si encima disponen de la enriquecedora experiencia de costalero ó miembro de alguna Hermandad y Cofradía dotados de espíritu crítico.

POSIBILIDADES DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

Por eso a medida que se profundice y extienda su grado de especialización subirán sensiblemente los techos de información sobre las actividades de hermandades y cofradías, y en definitiva de las procesiones de Semana Santa. Nuevo entorno profesional llamado después a ensayar cierta dosis de Periodismo de Investigación, estrategia tan en boga estos días en España.

Y de por sí llena de cuestiones a desentrañar, eso sí con ánimo de mejorar su funcionamiento. Para Reig, por ejemplo, «desde las décadas centrales del siglo XIX y, sobre todo, a lo largo del siglo XX, paralelamente a la conformación de la Semana Santa tal y como es hoy, se ha venido dando un proceso de apropiación de los cargos directivos de cofradías populares por personas de la burguesía media y alta, cuya extracción social no responde a la composición de las cofradías»¹⁴.

Desde la sensibilidad característica de esta estrategia periodística, la cuestión aludida puede ser interesante contemplarla, porque entonces se verá en cada caso concreto si el fenómeno sigue vigente ó más bien está dando paso a nuevas trayectorias humanas en consonancia con el nuevo siglo.

Hoy en ciertos lugares, por ejemplo, viene experimentándose un mayor interés del pueblo por la liturgia y, entre tanto, nadie lo ha analizado en sus causas y efectos, a pesar de lo interesante que resultaría para los demás.

En el caso de Castro Urdiales, antes aludido, pudimos investigar el impacto alcanzado por la difusión, a través de una red magnetofónica, de textos y frases bíblicos, en unos tonos que polarizaban la atención de propios y extraños. La ciu-

¹³ BLAZQUEZ: o. c., p. 311.

¹⁴ REIG, R.: *Religión y religiosidad popular en Andalucía*. Ediciones Libertarias, Madrid, 1989, p. 50.

dadanía, estuviera próxima ó lejana del recorrido de la procesión el Viernes Santo, permanecía expuesta a sus mensajes.

Otra cosa diferente es la experiencia en la antiquísima Calahorra (La Rioja), perdida en la nebulosa de los tiempos y una de las más primitivas ciudades de España, hoy dotada de una magnífica procesión de Semana Santa, con trece pasos. Allí, donde tradicionalmente domina la «cultura del vino», se viene percibiendo los últimos años el amortiguamiento del enfoque «folklórico», tan característico entre sus gentes, y la subida de tono de la religiosidad sincera.

Podríamos seguir exponiendo un largo etcétera de circunstancias semejantes de las que se derivaría la conveniencia de someter a revisión esa idea casi generalizada de: «Cofradías, sí; pero para nosotros carece de vivencia clara», aunque preferimos movernos en la órbita etiológica y adentrarnos en ciertos tópicos sobre hermandades, cofradías y procesiones, más bien patrimonio de la cultura andaluza.

– ¿Mantienen o no el clima de religiosidad? ¿En qué grado y nivel?

– ¿Aciertan o no a penetrar en los problemas de la vida humana?

– ¿A qué se debe el silencio sobre el servicio humanitario que muchas de ellas realizan?

– ¿Será que no aciertan a volcarlo a la colectividad, problema que puede afectar también a los Medios Informativos?

– ¿Es que sólo puede tratarse o no de fanáticos que sólo valen para eso?

– O por el contrario, ¿es que no acertamos todos –incluido «establishment» religioso y Medios Informativos– a exigirles reacciones más profundas?

– Hoy día, ¿se puede respetar este movimiento, aunque tantos sospechen que por ahí no va el futuro de la Jerarquía, ya que aspiran al relajamiento y la liberalización sin esfuerzo ni compromiso?

EL ESFUERZO ES LO QUE IMPORTA

Vayamos con cautela y tratemos la variopinta casuística empezando por la experiencia inédita de esas cincuenta ó sesenta personas que durante seis horas soportan en sus doloridos hombros un esforzado paso, aguantando estóicamente los impactos en los sentidos y la mente los olores del sudor y el repicar de tambores, lo cual sin duda alguna tiene algo del sufrimiento del Nazareno.

Solamente un entusiasmo desbordado por el Misterio, el enorme peso de la tradición (mantenida de padres a hijos) y el encanto en sí del trabajo previo de la Semana Santa –nada más terminar una edición empiezan a preparar la siguiente–,

junto a la enriquecedora saeta que ayuda a llevar el peso y sentirse un poco útil, puede mantenerlos en pie.

Y eso tras haber vivido los trescientos sesenta y cinco días del año anterior en esta España más bien fría de espiritualidad, golpeada desde el paro, la droga, la degradación de costumbres morales, el terrorismo y, por qué no añadirlo, las incitaciones crecientes a la vivencia de sectas y grupos marginales de la peor catadura. Ignorarlo en el análisis sería imperdonable.

Tiene mérito en efecto. Porque lo mundano al haberse excitado hasta límites impensables ese cúmulo de violencia acarrea un sin fin de riesgos para la persona humana de los que no se liberan ni los propios Medios Informativos dedicados a vehicularla.

El cardenal arzobispo de Milán, monseñor Carlo María Martini, basado en la experiencia apostólica de su ciudad, acaba de pronunciar en Graz (Austria) unas palabras admirables a quienes participábamos en el 17 th UCIP-World Congress, sobre el tema «Ethics of Peace in a World of Violence», el 13-9-1995: «Algo está cambiando en Italia: obligados por el excesivo aumento de violencia los Medios de Comunicación Social en cierto modo se han hecho violencia». Y a renglón seguido menciona la violencia hecha terrorismo, la de los fundamentalismos, los padres, etc. «Ya no sólo se ha registrado más violencia, sino que ellos mismos han sido contaminados por la violencia, la cual no aparece como algo que se cuenta, sino metido en el dinamismo de la violencia» .

Que hay mucho por hacer si de verdad se busca encauzar hacia el sentimiento religioso auténtico la energía de hermandades y cofradías, incluidas las manifestaciones externas de las procesiones, nadie puede negarlo y esto es lo que realmente está llamado a constituirse en el principal reto de las organizaciones y profesionales con sensibilidad y el conjunto de las fuerzas sociales. Quienes se sitúan en otros derroteros desde luego jamás lo harán.

No me olvidaré de la afirmación que me hacía cuando yo realizaba el trabajo de campo mencionado al párroco de la andaluza localidad de Bonanza, a pocos kilómetros de aquí: «Si entro en el fondo parece que es yo el que se sale». Cuanto pueda suscitar a los marineros —su única preocupación es la salida de la Virgen— tropezará con dificultades, ya que cuando se les pone sobre el tapete algo de tensión ó problema no lo entienden, ni lo quieren.

¡El esfuerzo es lo que importa! ¡Lo requiere la proximidad del 2000!

Información Cofrade: una actualidad sin novedad *

*Dr. Manuel Ponce Ruiz ***

Cuando se habla de Información sobre cofradías, hablamos propiamente de Información con unas características muy precisas y *particulares*, y hablamos también, en segundo lugar, de unas hermandades. Aunque no todas las hermandades deben ser denominadas cofradías —hay hermandades de labradores y ganaderos— ni todas las cofradías deben ser llamadas hermandades —existen las cofradías de pescadores o las de la buena mesa— en el ámbito al que nos referimos, que es el de «aquellas asociaciones de seglares con fines explícitamente religiosos y, por tanto, acogidas a la reglamentación del Derecho Canónico, estando bajo la autoridad de la jerarquía eclesiástica correspondiente»¹. Como bien dice Isidoro Moreno, «las cofradías son hermandades cuyos fines explícitos son tres: promover la celebración de cultos en honor de los titulares según un ciclo de fiestas y celebraciones perfectamente establecido en reglas y estatutos, y que alcanzan su máximo esplendor en la procesión de Semana Santa, caso de ser la cofradía de penitencia, o en otra fecha del año, caso de que la hermandad sea de gloria. En segundo lugar,

* Intervención tenida en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

¹ MORENO NAVARRO, Isidoro: *Las hermandades andaluzas*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 1974, pág. 14.



conseguir el mejoramiento espiritual de los hermanos o asociados por medio de la asistencia a estos cultos y de la devoción a sus titulares. Y, en tercer lugar, realizar una labor de caridad y de asistencia entre los hermanos más necesitados, en el barrio donde está incardinada la hermandad, o entre los necesitados de la diócesis en general»².

Hago salvedad de las hermandades denominadas sacramentales porque es frecuente que no tengan imágenes sagradas propias, y también, porque las que no han sido absorbidas por las hermandades de penitencia, arrastran una vida corporativa muy declinante.

Cuando se menciona y se teoriza sobre la Información Cofrade, las referencias se centran en aquellas llamadas de penitencia fundamentalmente, dada la pujanza y el esplendor social que atraviesan, aunque tras un decaimiento de años, asistimos a una revalorización de esas otras hermandades llamadas patronales o de gloria.

La vida externa de una hermandad responde a un ciclo perfectamente codificado: la procesión por las calles de la ciudad según un itinerario institucionalizado por la tradición; un quinario o novena al Señor durante o poco antes de la Cuaresma, y un tríduo o un septenario a la Virgen también en Cuaresma o alrededor de la fiesta litúrgica de su advocación. En algunas de estas misas solemnes se celebra la Función Principal de Instituto y la protestación de fe por parte de los hermanos. Otras festividades litúrgicas relevantes para la hermandad y la misa por los hermanos fallecidos finalizan con el ciclo anual de actos públicos. La vida interna de las cofradías, de puertas para adentro, responde a un modelo de convivencias, de reuniones o de celebraciones litúrgicas semanales de escasa o nula repercusión informativa, a pesar de que esa vida interna pueda ser muy importante en iniciativas cívicas: las bolsas de caridad, las escuelas o la atención a demandas sociales específicas, tales como la donación de sangre o las ayudas a grupos marginales o a personas discapacitadas, por ejemplo, constituyen una actividad constante muy poco conocida.

La Información que facilitan los Medios se centra en la vida externa de la cofradía, de ahí la frecuente utilización del término cofradía como sinónimo de hermandad en la calle. Se trata de una información de ámbito local, aunque no faltan advocaciones que traspasan esa esfera de la propia ciudad. Pero por lo general, repito, se trata de una Información Local e incluso de una Información de Barrio; dadas las identificaciones que se producen entre lo comunal, que tiene por centro la iglesia parroquial, y los lazos de relación de los habitantes del barrio. Esta Información cuenta con unas peculiaridades, dado el mundo cultural en el que interviene. Es preciso apuntar que la cofradía configura una cultura que no está en lo aparente o

² Ib., pág. 15.

externo, sino que se define más propiamente a través de unas claves de conocimiento interno; claves que ofrecen significados grupales, sentimentales e identificatorios, claves donde se valora la norma de discreción y su relativa propagación. Así es que esa cultura se basa en la tradición y en una muy escasa difusión de sus signos, sus valores, sus creencias y sus dogmas internos. De manera que, frente a la masificación del fenómeno queda un pequeño círculo de iniciados que poseen las claves últimas de una ética seglar, y de una estética de miles de normas aplicables a cada cofradía y en cada caso concreto.

La cofradía, además, conforma un universo cultural que integra sistemas de pertenencia a una collación urbana, sistema que admite la herencia, de forma que, aunque el vecino ya no vive en el barrio (o no pertenezca a los grupos de referencia en muchas hermandades), o haya fallecido, los hijos y los hijos de sus hijos seguirán vinculados por lazos difícilmente apreciados por los de fuera. Me recuerda esta vinculación a la que se produce en Siena y se manifiesta con ocasión de la fiesta del Palio que, como saben, consiste en una competición hípica alrededor de la plaza consistorial. Cada caballo representa a una feligrésía cuyos parroquianos acarrear con los cuantiosos gastos. Ganar la guerra supone el honor de contar durante un largo período de tiempo con el Palio, un estandarte con la imagen de la Virgen María. Para los turistas, el Palio de Siena es un curioso espectáculo renacentista que ha llegado hasta nuestros días, para los que no conocen la Toscana, el Palio es una sugerencia para tomarse una copa de Martini; para el mundo de la Información es una tradición que se repite, acaso con la única variación de que gane una parroquia u otra. Sin embargo, para las viejas familias de Siena, el Palio es un reencuentro con parientes y amigos, también un reencuentro con la memoria personal y la memoria histórica de sus progenitores desaparecidos. Desde que seleccionan y alquilan el caballo de carreras y contratan al jinete, hasta la mañana misma en que el caballo entra en la iglesia para recibir la bendición, hay toda una larga serie de rituales desconocidos, sorprendentes y extraordinariamente arraigados en el alma de esa bellísima ciudad.

Estamos ante posiciones muy distintas: el cofrade, el turista, el informador. E incluso el publicitario. Para el cofrade, se mezclan creencias religiosas que configuran normas y valores de vida, con un sistema de pertenencia que asigna una identidad. La antigüedad aquí cobra un valor. Indica enraizamiento, continuidad de una herencia familiar de índole afectiva. De ahí que, frente a la movilidad y al cambio propios de la modernidad, la cofradía ha servido de bastón sentimental al individuo. He ahí, parte de su éxito y de su vitalidad en medio de una sociedad laica, secularizada, escéptica y desarraigada.

Así es que el fenómeno mayor y más importante no está en lo externo, que es la apariencia, sino en esa relación que se establece entre identidades, afectos, nostalgias y sentimientos que se unen a partir de una estética y de unos hechos que

anualmente se repiten hasta en sus más mínimos detalles.

Desde el punto de vista teórico, se pueden observar dos perspectivas informativas: una oficial, cuidadosa, respetuosa con lo externo. Se podría decir que las crónicas informativas de un año, publicadas desde esta perspectiva, valdrían para el año siguiente. La segunda sería interpretativa literaria o poética en unos casos, o más bien fría, con afanes científicos, al modo en que actúa la antropología cultural, en otros. Ya no hay más perspectivas, porque en el fondo se trata del cumplimiento de una tradición, de un testamento que van legando las distintas generaciones. La noticia es aquí, no lo inesperado ni lo desusado, ni lo inhabitual, sino justamente lo esperado, lo trazado durante años y años. No hay sorpresas porque la tradición tiene el peso de un rito que debe cumplirse. Todo debe discurrir tal y como estaba previsto, tal y como lo vimos hace treinta años atrás. Las ligeras variantes conforman una curiosidad que es la única anomalía que se permite en este mundo: un estreno, que pasa desapercibido por la mayoría y que se ejemplifica en el pasado de unas bambalinas, el repujado de unas varas, el cambio extraordinario para la cofradía de variar su itinerario porque el templo está en obras, etcétera. Mínimas variaciones para los no iniciados, verdaderos acontecimientos para memorizar por los cofrades.

Además, como el fenómeno tiene una consistencia enteramente popular, ni la jerarquía civil ni la eclesiástica han podido utilizarlo ni combatirlo abiertamente. ¿Qué informador podría traicionar una tradición tan enraizada para criticarla o para proponer modelos alternativos? Cualquier tipo de crítica, para que sea escuchada, debe partir desde dentro. Surge como una llamada de atención, no para que cambien comportamientos, sino para que no se aparten del modelo establecido en cada cofradía. Si la noticia que se cultiva es el cumplimiento de la norma, la fidelidad a un canon estético y de conducta. La reprobación aparece cuando se es infiel al canon. Como se trata del cumplimiento de una normalidad anual, la Información apenas si es más que un recordatorio. Sí, efectivamente las cofradías cuentan con una actualidad sin precedentes. Los Medios se vuelcan atendiendo una gran demanda informativa, particularmente en Semana Santa, tiempo de vacaciones para muchos, tiempo de tregua política, tiempo de menor número de noticias, pero esta actualidad de las cofradías carece de novedad. Marca el tiempo presente, pero al repetir pautas sin variación posible, se anula el poder corrosivo de la novedad, y el acontecimiento nos retrotrae al pasado. Aquí, la Información no nos ofrece el anuncio de un cambio, como en el resto de los sucesos del día, sino la comprobación de que, mientras todo cambia y se transforma a nuestro alrededor, algo íntimo, personal, intransferible como una vivencia permanece en cada uno de nosotros como siempre. Se trata de la ilusión psicológica de detener el tiempo al menos en un ámbito, como en un fanal de recuerdos emocionados, el tiempo de lo próximo, de lo cercano. El tiempo que apresamos para nuestra memoria.

**La Información Cofrade desde
Radio Nacional de España ***

José Domingo Sanmartín **

Desde la implantación de las emisoras de Radio en nuestra capital, la Semana Santa siempre constituyó un acontecimiento idóneo para su difusión; un tema factible de ser tratado y analizado en sus distintas vertientes religiosa, sociológica y antropológica, a través de las ondas. Fenómeno idóneo por su importancia y trascendencia en la vida de todo un pueblo. Tratar un acontecimiento social como el de la Semana Santa en la Radio, siempre conlleva una insospechada carga de veracidad, de prudencia en el análisis y de estética en la presentación del producto. Por consiguiente, se impone la sensatez y el sentido de la realidad para no arriesgar un ápice el prestigio del Medio.

Ningún pueblo, como en este caso el andaluz, y más concretamente el de Sevilla, vive, siente y vibra con el emotivo desarrollo de su Semana Mayor. Cada año, durante la Semana Santa, pone a prueba su sensibilidad humana. Y esa agitación colectiva pide difusión, expansión... Llega la Radio y su magia hace posible esta propagación de creencias y manifestaciones populares. No hace falta ya estar a las puertas de un templo para vivir y sentir la salida de una hermandad; ni recorrer calles para seguir al segundo el paso de las cofradías; ni tampoco disponer de un

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Director de *Radio Nacional de España* en Sevilla y Andalucía.

balcón estratégicamente situado para captar con nitidez y emocionarse en directo con el cante de una saeta. La Radio traslada el sonido del exterior al interior; desde aquella esquina lejana al punto siempre cercano del receptor.

Al igual que en otras capitales andaluzas, desde su creación, *Radio Nacional de España* en Sevilla sintió el deber, de estar presente en todas las grandes manifestaciones de la ciudad. La Semana Santa entre todas ellas, destacó siempre, y el indicativo de la Radio publica se convirtió, desde un principio, en Cruz de Guía de la transmisiones y programas cofradieros. Primero con casi absoluta carencia de medios técnicos, compensados por el esfuerzo y la imaginación humana; más tarde, cuando la dotación técnica pudo calificarse de excelente, ampliando la cobertura de emisión y perfeccionando la realización hasta alcanzar el grado de reconocimiento oficial y popular mas allá de nuestras fronteras.

Pero antes de continuar y de centrar mi disertación en la evolución de la Información Cofradiera en la Radio, sobre casos y hechos puntuales, debo hacer una aclaración. No todos, por su edad o por un mayor o menor seguimiento cotidiano de los Medios de Comunicación, conocen el proceso de la Radio publica en España a lo largo de las últimas décadas. Quiero aprovechar esta ocasión para, en la máxima brevedad posible, dejar sentadas las bases de la actual *Radio Nacional de España*.

Radio Nacional de España nació de forma oficial el 19 de enero de 1937, en pleno desarrollo de la guerra civil. Y lo hizo con un equipo emisor de 20 kilovatios, instalado sobre un camión militar del Servicio de Transmisiones del Ejército, pasando a depender del Ministerio de Comunicaciones.

En Andalucía, *Radio Nacional de España* llegó primero a Huelva, en el año 1937, con un emisor de cien vatios que instalaron en el Círculo Mercantil y Agrícola. La segunda capital andaluza beneficiada con las instalaciones de la red fue Málaga, en 1941. A Sevilla no llegó hasta el año 1951. Se puso en período de prueba un año antes, pero no se inauguró hasta el 29 de mayo del citado año. Más tarde, en 1963, se creó en Sevilla el *Centro Emisor del Sur*, con lo que *Radio Nacional de España* se situaba a nivel de las grandes organizaciones europeas. En la actual *Radio Nacional de España*, confluyeron otras cadenas de emisoras que, por necesidades de tipo social, político, económico y administrativo, fueron desembocando en un único indicativo. Me refiero concretamente a *Radiocadena Española*, nacida a finales de la década de los setenta de la extinción de la *REM (Red de Emisoras del Movimiento)*; de la *CAR (Cadena Azul de Radiodifusión)*, y de la *CES (Cadena de Emisoras Sindicales)*.

Centrándome en Sevilla, paralelamente, por aquella época citada de mediados de los sesenta, ya existía en nuestra capital *La Voz del Guadalquivir*. Inicialmente fue una emisora de Dos Hermanas que, con el paso del tiempo, se trasladó provisionalmente a la calle Guzmán el Bueno, de Sevilla, y luego, a la calle Aponte, a

espalda del edificio de los antiguos Sindicatos, en la plaza del Duque. Aquí se radicó en febrero de 1967 y aquí vivió los mejores años de su historia bajo el indicativo de *La Voz del Guadalquivir*.

Retomando el tema que nos ocupa en este «I Encuentro de Información Cofrade», uno de los locutores que primero hicieron programas y retransmisiones de la Semana Santa, fue el locutor José Luis López Murcia, de tan grato recuerdo para todos. Otro de los profesionales que mejor supo llevar a los oyentes las emociones de la Semana Grande de Sevilla, a través de las ondas de *Radio Nacional de España*, es José Luis Garrido Bustamante, brillante pregonero en 1990. Periodista de reconocido prestigio y cofrade ejemplar, siempre ha trabajado en Radio y Televisión. De ahí su experiencia, vivencias y enorme documentación, que le llevaron no hace mucho a publicar una de las obras escritas más interesantes: el libro titulado «Sevilla tras un micrófono».

Supone el entrañable compañero que, «tal vez por esos orígenes tan sevillanos que tuvo la emisora de Sevilla de *Radio Nacional*», las retransmisiones de salidas y entradas de hermandades, así como las emisiones especializadas, se situaron entre sus programas desde los primeros momentos.

Las primeras retransmisiones de las solemnidades religiosas de la Semana Santa se hicieron en *Radio Nacional de España* en el año 1950. Una de las personas que colaboró para la llegada de esta emisora a Sevilla fue un distinguido cofrade de la Amargura y conocedor profundo y extraordinariamente culto de la Semana Santa hispalense: Luis Ortiz Muñoz. O tal vez fuese un grupo de sevillanos entusiastas, el que se la transmitió a Luis Ortiz Muñoz. En cualquier caso la idea surgió en el entorno de esa pequeña comunidad, ilusionada y deseosa de desarrollar su trabajo en el Medio Radiofónico.

En aquellos primeros años de andadura, *Radio Nacional de España* ponía en antena la emisión «Jerusalén», dedicada a la Semana Santa, que dirigía José Luis de la Rosa. El mismo escribía el guión en aquellas máquinas «Hispano Olivetti», grandes y vetustas, que se alineaban en la redacción. Generalmente, las transmisiones de la Semana Santa no se hacían en directo, sino que había que grabarlas antes en cintas magnetofónicas. Exceptuando el ambiente sonoro general, las voces de los capataces de los pasos, la música de las bandas y las saetas, todo lo demás correspondía a un programa de estudio radiofónico.

Como muy bien reconocen los pioneros de la emisora, con el transcurso de los años a medida que fueron incorporándose al grupo inicial los profesionales jóvenes, se rebelaron ante esta situación. Uno de ellos, dobló el guión previamente confeccionado y, desafiando a su suerte, fue narrando sin papeles delante, todo lo que veía. Ante la sorpresa general, ni hubo sanción ni reprimenda por parte de la dirección de la emisora. No olvidemos que en aquellos años, el guión se imponía

para toda clase de programa y transmisiones, y sólo podía realizarse si llevaba el sello de «Rádiase», que tanto usaron los encargados de la censura.

En la década de los años sesenta, de forma paralela a los programas y transmisiones en directo que sobre la Semana Santa de Sevilla realizaba *Radio Nacional de España*, otra emisora, que con el paso del tiempo y tras muchas vicisitudes, se integraría también en el Ente Público *Radio Televisión Española*, destacaba también en este sevillanismo menester: *La Voz del Guadalquivir*. Con unos medios técnicos ínfimos y unas instalaciones que dejaban mucho que desear, un grupo de jóvenes profesionales cubrían con dignidad y auténtico espíritu de responsabilidad tan magno acontecimiento. Discoteca reducida y equipos vetustos y primitivos. Con estos medios, profesionales como Agustín Navarro y José María Pérez, se lanzaban a la calle cargados con unos equipos de muchos kilos de peso, y cubrían las retransmisiones cofradieras con indudable éxito. Desde la iglesia de San Sebastián a la del Salvador, desde la capilla de los Estudiantes a la parroquia de San Lorenzo. Por medio, muchos metros de distancias y una masificación humana que había que salvar no sólo con voluntad, sino también con verdadero esfuerzo físico y sudores impagados. A su regreso, a altas horas de la madrugada, grabación de programas que había que emitir sin falta al día siguiente, un bocadillo en el bar de la esquina, un sueño de muy pocas horas y vuelta a empezar. Era la Radio de los años sesenta. Era, tal vez, la forma más auténtica, por laboriosa, de hacer llegar a todos los andaluces la realidad de la Semana Santa de Sevilla.

Por imperativos de la época que nos ha tocado vivir y la nueva concepción informativa de la Radio, los programas y retransmisiones en directo de la Semana Santa han ido evolucionando. Cambio que ha sido más profundo y latente en la Radio pública, donde las ofertas de servicio y la Información de actualidad deben prevalecer sobre los conceptos barrocos o tradicionales de sus emisiones. Pero en el recuerdo, de forma imperecedera, seguirán aquellos tiempos pasados, llenos de emotivas vivencias, anécdotas y curiosidades.

En 1961, treinta y cinco años nos separan, *Radio Nacional* transmitió en directo la primera salida procesional de la Virgen del Rocío, desde la capilla de la calle Santiago, recogiendo sus micrófonos la voz de Angelita Yruela, que interpretó la primera saeta dedicada a esta Virgen.

Con los micrófonos de nuestra emisora, uno de los más prestigiosos profesionales, Antonio Vázquez Capilla, se introdujo por primera vez bajo el paso del Cristo de una hermandad de silencio. Fue bajo los faldones del paso del Cristo de la Buena Muerte, de la Hermandad de los Estudiantes, para grabar la saeta de un hermano costalero. Se trataba, concretamente, del periodista y actual autor de la sección de ABC, «El Patio», José Luis Montoya.

En la década de los años setenta, de acuerdo y en conformidad con las

autoridades municipales, *Radio Nacional de España* tomó una vez más la iniciativa y ofertó al Ayuntamiento una nueva forma de servicio público. Se colocaron altavoces en la plaza de San Francisco, uno de los puntos neurálgicos de la carrera oficial, para que el público allí congregado, tanto en los palcos como en los alrededores y calles adyacentes, pudieran seguir la narración del paso de las distintas cofradías. Locutores estratégicamente situados, no sólo transmitían el paso de las hermandades a través de las ondas, sino que esa misma transmisión podía ser seguida por el público en la calle a través de los altavoces colocados al efecto. Historia de cofradías, interpretación de saetas en directo, el sonido de las marchas procesionales, el ambiente, la voz del capataz... Todo se amplificaba, se multiplicaba y se presentía. Del éxito de esta iniciativa habla el que al año siguiente, previa autorización del Cabildo, *Radio Nacional de España* instalara esos mismos altavoces en el interior de la catedral, que entonces no cerraba sus puertas durante los desfiles procesionales. Los allí presentes podían seguir la narración a la vez que la contemplación en vivo del paso de las cofradías. Este deseo de cambiar la ubicación de los altavoces desde el exterior al interior del templo, partió del Consejo General de Hermandades, que entonces presidía don José Carlos Campos Camacho.

También en la década de los años setenta, *Radio Nacional de España* organizó un espectáculo de diapositivas que tuvo una colosal acogida. En proyecciones de tamaño superior a las pantallas de los cines comerciales, fueron ofrecidas en el Teatro Lope de Vega de Sevilla y, posteriormente, en el Palacio de la Música de Madrid. Las imágenes, que recogían los más bellos ángulos y las más sugestivas panorámicas de la Semana Santa hispalense, fueron obra de Luis Arenas, padre e hijo. La voz la puso el «legendario» Luis Ortiz Muñoz y el montaje musical, como en tantas otras ocasiones, Antonio Vázquez Capilla. Fue el Patronato de Bellas Artes quien patrocinó en Madrid la proyección de estas trescientas diapositivas gigantes sobre la Semana Santa de Sevilla. Y a la misma asistieron personalidades de la época como el capitán general Muñoz Grandes; el subsecretario de Obras Públicas, Ollero de la Rosa; el director general de Cultura Popular y Espectáculos, Robles Piquer; el conservador de los Reales Alcázares de Sevilla, Romero Murube; el dibujante Martínez de León; Sancho Dávila, Pablo Romero y otros nombres de reconocido prestigio en el mundo de la Cultura y las Artes.

Estas diapositivas, en proyección comentada, serían también exhibidas en escenarios de varias capitales alemanas, donde abundaban las colonias españolas. Asimismo, programas de Radio sobre la Semana Santa hispalense, donde intervenían locutores como Jose Luis López Murcia, fueron emitidos en numerosos países de Europa e Hispanoamérica, siendo seguidos por millones de oyentes. Al mismo tiempo, *Radio Nacional de España* prestaba su sonido a innumerables emisoras, tanto nacionales como extranjeras, interesadas en difundir los sonidos y la magia de la Semana Santa andaluza.

En reconocimiento a la gran labor desarrollada, tanto, en programas como retransmisiones en directo de la Semana Santa, *Radio Nacional de España*, como institución, está en posesión del «Nazareno de Plata», prestigiosa distinción del Consejo General de Hermandades y Cofradías de Sevilla. De forma personal, esta distinción también le fue concedida a nuestro compañero Antonio Vázquez Capilla. Durante muchos años *Radio Nacional de España* ha organizado el concurso «Saeta de Oro», de gran prestigio en la Radiodifusión andaluza, y de donde han salido intérpretes de saetas que ahora gozan de reconocida popularidad.

Con la fusión, hace ya algunos años, de *Radio Nacional de España* y *Radiocadena Española*, la Radio pública ha llegado a convertirse en una de las redes más importante de Europa en cobertura y medios. A las frecuencias de Onda Media, se unen la Frecuencia Modulada y la de *Radio Exterior*, que prácticamente llega a todo el mundo. Gracias a *Radio Exterior de España*, la Semana Santa sevillana y andaluza, ha llegado a los más lejanos puntos de los cinco continentes.

Hasta aquí hemos contado, brevemente, algunos pasajes de la historia de *Radio Nacional de España* y como la Información Cofrade prácticamente, desde sus orígenes, estuvo presente en los programas y en los informativos.

Pero mucho ha evolucionado, desde entonces, el panorama audiovisual en nuestro país con la aparición de múltiples emisoras de Radio y de Televisión. Estos Medios que, por otra parte, son los más adecuados para recoger el «directo» de la Semana Santa, que es, sobre todo, imagen y sonidos. Esta multiplicidad de Medios es consecuencia de la multiplicidad de todo lo que estamos viviendo y que lleva a la competencia. Y, en consecuencia, a hacer que cada Medio trate de dar una distinción y originalidad a sus informaciones. Así cada emisora quiere empezar, cuanto antes, sus programas dedicados a lo que será la Semana Santa, y que los presenten compañeros de prestigio, que no sólo se queden en un discurso, más o menos barroco, sino que penetren en la historia y, si es posible, en la lírica. Se trata de informar y deleitar, dos conceptos que, en este aspecto, ha sabido mantener la Radio, en cuanto a la Información Cofrade. Pero, por lo que respecta a *RNE* se ha ido más lejos, hemos considerado que para nuestros diferentes canales, tenemos que hacer distintos productos.

En *Radio 1* y *Radio Exterior*, se trata de difundir y enviar los mejores momentos de la Semana Santa a los sevillanos que están fuera y al resto de los españoles. Son transmisiones de momentos claves y emotivos.

La puesta en marcha de *Radio 5 Todo Noticias*, canal que, como saben, difunde Información permanentemente, ha hecho que nos replanteemos la Información Cofrade y adaptarla a ese formato. Encontrando, al hacerlo, una fórmula que resulta de gran utilidad y novedosa. Ofrecemos en breves minutos, dentro de nuestras secciones, documentación, estrenos, historia de las cofradías y durante la Semana Santa,

retransmitimos salidas, entradas, y momentos de interés. También informamos de cómo se encuentra nuestra ciudad en cuanto a movimiento de público asistente a los desfiles procesionales, también dentro de esta Información de servicio público, comunicamos zonas de aparcamiento, etc. Todo realizado en directo y con un esquema abierto para que los redactores puedan entrar, en directo, cuando lo requieran. Hemos pasado de las grandes retransmisiones de una cofradía, a facilitar Información de muchas, en poco tiempo, con un lenguaje más concreto. A dar un servicio público de utilidad, consiguiendo una adaptación perfecta al formato de *Radio 5 Todo Noticias*.

En resumen:

* La Información Cofrade se cuida cada vez más. Para *Radio Nacional de España*, hoy, la Semana Santa es un acontecimiento noticioso de primer orden que requiere una cuidada y minuciosa planificación de medios humanos y técnicos; su ejecución tiene el carácter de «operación especial». Prueba de lo dicho, es la abundante demanda de conexiones en directo y reportajes, por parte de nuestros programas nacionales (*Radio 1* y *Radio 5*) e internacionales (*Radio Exterior de España*). Con nuestra labor pretendemos una aproximación rigurosa y seria a nuestra Semana Santa que dé idea cabal del hecho a nuestra audiencia.

* Esta Información se ha asumido por un relevo generacional de profesionales que la ha aceptado plenamente.

* Se ha incorporado el carácter de servicio público como una Información útil.

* En las transmisiones, se pasó de realizar un canto a la imaginería, lleno de aspectos retóricos, a contar, con datos, las características de la cofradías. Se equilibra, así, fondo y forma.

* Finalmente, añadir que la Información Cofradera fue, en la década de los cincuenta y sesenta, la única especialización posible, junto con la Taurina y Deportiva. Para hacerla era necesario el conocimiento, la experiencia y cierta sensibilidad. De ahí la dificultad.



Capítulo 16

La Información Cofrade desde *Radio Sevilla-Cadena Ser* *

Juan Eloy Durán **

Voy a referirme, siguiendo la petición de los organizadores de este Encuentro, a las diferentes etapas por las que han pasado los programas y las retransmisiones radiofónicas sobre la Semana Santa, concretamente en el caso de *Radio Sevilla (Cadena Ser)*. Para no demorarme mucho en el tiempo, voy a centrarme, de manera genérica, en qué es lo que se hacía y qué es lo que se hace en la actualidad.

Por lo que se refiere a programas especiales, prácticamente no los había antes de la década de los 70, excepto, eso sí, ¡faltaría más!, cuando llegaban los días de Semana Santa. Eran programas, como mandaba la época, en los que había fundamentalmente palabra, hasta aburrir probablemente incluso a los más pacientes.

Tampoco solían acudir invitados a la Radio, si acaso, se incluía alguna que otra pincelada de música y de poesía, algo que, dadas las costumbres, tampoco podía faltar. No hubiera estado bien visto.

Las retransmisiones radiofónicas, por su parte, eran grabadas. Se utilizaba un vocabulario pomposo cien por cien. Eran auténticos pregones llevados a la Radio

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Subdirector de *Cadena Ser* en Sevilla.

que, por razones obvias, no se emitían en directo. En aquella época se utilizaba, en exceso, el montaje. Las retransmisiones a las que me estoy refiriendo, eran auténticos productos de laboratorio, realizados, en más ocasiones de las deseadas, con efectos especiales que habían sido grabados con anterioridad o extraídos de la colección de alguna casa discográfica.

Se solía grabar el sonido ambiente y más tarde, en los estudios, se ponía la voz del experto de turno. El momento de la emisión se decidía en función de lo que duraba el reportaje o cuando había un hueco en la programación.

Cuando entramos ya en la década de los 70, comienzan a producirse leves giros. Los dirigentes de las emisoras se dan cuenta de que nuestra Semana Santa por su significado, tiene alicientes suficientes para convertirse, por derecho propio, en un componente más que fundamental en la programación de cualquier medio.

También existen unos tipos de programas, digamos tradicionales, en los años 70. En realidad más que programas eran «guías» de Semana Santa. La información se limitaba a señalar las cofradías que salían cada día, del templo que lo hacían, la hora, túnica de los nazarenos, las bandas que acompañaban cada «paso» y poco más. Se intentaba dar un tratamiento didáctico de las hermandades, contándose cada año, prácticamente, la misma historia.

En el caso de *Radio Sevilla*, en aquella década, la década de los 70, aparece la primera edición del concurso cofrade «Cruz de Guía». Los jóvenes de hoy probablemente no le recuerden, sin embargo hay muchos dirigentes actuales en nuestras cofradías que, precisamente, entraron en el mundo de la Semana Santa a través de aquél concurso. Tuvo tal éxito que incluso se creó algún juego de mesa basado en el citado concurso.

El premio era la «Rosa de Pasión», una «Rosa de Pasión» con la que alguna de nuestras Vírgenes ha salido en su Estación de Penitencia. Este concurso se crea gracias a un grupo de jóvenes que las diferentes hermandades tienen los años 70 y que está relacionado con el momento de mayor eclosión de las cofradías.

Conviene recordar también que las retransmisiones todavía no eran completamente en directo. Se solía escoger la hermandad «más popular» de cada día. No había una continuidad y se utilizaba aún de manera excesiva, la salida o entrada de la cofradía de turno o el paso por la carrera oficial, para hacer una exaltación. Es decir, continuábamos sin cumplir la premisa fundamental de cualquier Medio de Comunicación, que no es otra que informar, contar lo que está sucediendo en cada momento.

Y llegamos a la década de los 80, donde ya se aprecia una clara y evidente evolución hacia unos programas de más carácter informativo. Se va prestando mucha más atención a lo que es verdaderamente información. En aquella época, los progra-



mas se siguen centrande en la Cuaresma, ya que todavía la información relativa a la Semana Santa no ha llegado a tener la fuerza suficiente, como para poseer la preponderancia que ha llegado a alcanzar en la actualidad y que ahora veremos.

Las retransmisiones comienzan a ser en directo, se comienza a prestar la misma atención a todas las cofradías, se empieza a comprender la importancia y a utilizar el sonido vivo de la Semana Santa.

Siempre he dicho, y siempre defenderé, que cuando hacemos una retransmisión de la Semana Santa en Sevilla, el 85 por 100 nos lo dan hecho a través del ambiente de la propia cofradía en la calle. No olvidemos que hasta el silencio tiene su «sonido». Es una equivocación prescindir de ese ambiente (la Radio son sonidos), pensando que al hablar quedamos mejor o demostramos una erudición que no en todos los casos es cierta.

También coincidiendo con esa importancia que comenzamos a darle a los sonidos de las cofradías en la calle, se empieza a cambiar el lenguaje, y nos damos cuenta de que no tenemos que pregonar las cofradías. El pregón tiene su marco y su fecha.

En esta época comenzamos a retransmitir la Semana Santa para todas las emisoras que integran la *Cadena Ser*, lo que nos obliga a plantearnos algo importante, que hasta entonces no habíamos hecho, como es el enfoque. No se puede contar de la misma manera a un oyente de Sevilla o de Guadalajara, por ejemplo, el momento único de la llegada de La Macarena a La Campana.

Entramos de lleno en la década de los 90. Aquí ya se cambia el concepto totalmente. Hasta entonces, los programas de Semana Santa entraban en la parcela de los especiales, como si dijéramos: «Bueno como es Cuaresma y estamos acercándonos a la Semana Santa, vamos a crear una parcelita especial». A los redactores les daba casi miedo hablar con las personas integradas en las cofradías y viceversa. Aquí ya no. Aquí deja ya de ser un compartimento estanco, deja de ser una parcela reservada, para pasar a ser un componente no importante, sino importantísimo, de la programación general de la Radio. Además, al dejar esa parcela, ese «ghetto» que un día se había creado, ya está presente de manera constante en la programación.

En *Radio Sevilla*, cuando se produce una noticia relacionada con la Semana Santa, si es lo suficientemente importante como para ello, no esperamos al programa específico de Semana Santa. Se adelanta en cualquier informativo o «magazine». Después será tratada más en profundidad en el programa «Cruz de Guía». De ello se encargará Miguel Angel Moreno, actual director del mencionado programa. Ya se ocupará él de profundizar y de analizar la Información, desde todos los puntos de vista necesarios. Por tanto, ya estamos viendo como la Información de Semana Santa se sale de lo que hasta ahora había sido su marco habitual.

Ya no nos conformamos solamente con informar. Si queremos ser realmente objetivos, a lo mejor hay algo que criticarla, y ¡por qué no se va a criticar!, siempre que la crítica sea constructiva, lo cual ya va siendo un triunfo. Ya nos atrevemos a realizar análisis críticos que, de entrada, no son bien recibidos, porque ya es sabido que en este mundo se habla un poco «ex cátedra».

Vemos también en 1996, con gran alegría en los ambientes cofrades, cómo se recupera el concurso de cultura cofrade «Cruz de Guía». Era algo que ya se nos demandaba desde hace bastante tiempo. Intentamos ponerlo en antena el año pasado aunque por una serie de circunstancias, no pudimos conseguirlo. Este año va a ser posible, habiéndose ya sorteado el orden de intervención de los diferentes equipos. El día 8 de enero de 1996 estará en antena.

Coincidiendo con el inicio de los 90, nos surge una gran oportunidad al nacer *Radio Sevilla-2*, que no tiene los condicionantes de la Onda Media de *Radio Sevilla*, pudiendo dedicarle mucho más tiempo y atención a los temas locales. Desde que *Radio Sevilla-2* nace, la Semana Santa radiofónica se adelanta mucho más en el tiempo.

«Cruz de Guía» es un programa que consta de tres fases. Comenzó en octubre y se mantendrá hasta mediados de diciembre con un programa semanal, los jueves exactamente; una vez hayan finalizado las fiestas navideñas, pasamos a dos programas. Vamos aumentando la intensidad, porque evidentemente también aumenta la actividad de las cofradías sevillanas. Así hasta el momento en que nos volvemos poco menos que locos, a partir del Miércoles de Ceniza, en que justo coincidiendo con ese día, el programa comienza a ser diario, de lunes a viernes.

Desde que inauguramos la década de los 90, las retransmisiones son constantes y totalmente en directo, incluyendo salidas y las entradas, la carrera oficial, etc.

El despliegue de medios que se hace es más que importante, ya que obliga mucho el hecho de las cotas de calidad que exige el emitir en Frecuencia Modulada.

También ya hay una repercusión constante en la programación de la Cadena, con la que se adquieren una serie de compromisos diarios, constituyendo la «guinda» de esos compromisos la transmisión en directo de la *Madrugá* para toda España. Disponemos aproximadamente de catorce puntos distintos de información, el esfuerzo de unas treinta personas y una red de circuitos totalmente digitales.

En esta década se le empieza a dar una importancia destacada a lo que es servicio público. Todos sabéis que Sevilla es una ciudad que se transforma cuando llega la Semana Santa, que se vuelve boca abajo, que los movimientos en la calle son más que importantes, que las restricciones de tráfico son numerosas..., por ello este aspecto tiene un tratamiento especial para nosotros.

El lenguaje es ya totalmente periodístico y radiofónico. Los periodistas que están en los micrófonos se ocupan de contar solamente lo ven y respetando, al máximo, el sonido propio, la banda sonora de la Semana Santa de Sevilla.

Puede decirse que en este momento ya se ha conseguido, por lo menos desde nuestro punto de vista, el verdadero triunfo del sonido real de la Semana Santa. Esto no quiere decir que estemos satisfechos o estemos convencidos de que se ha llegado a lo máximo. Cada año, os aseguro, lo preparamos con una gran ilusión, porque además tenemos la suerte, y eso es importante, de contar con un equipo que amén de ser periodistas, son cofrades. Igualmente contamos con la ilusión que ellos aportan cada día, incluso durante el año. Trabajamos para que la Información os llegue de la manera más precisa y fidedigna posible.

La Información Cofrade desde RTVA *

Mari Paz Oliver **

La Semana Santa es uno de los acontecimientos televisivos por excelencia. Por tres razones: es rica en sonido, en ambiente y en imagen. Imágenes que tienen distintas perspectivas y que *Canal Sur Televisión* ha intentado recogerlas en su mayoría. La cobertura se realiza a través de los informativos, las retransmisiones en directo y los programas especiales.

En los Diarios, la Información de la Semana Santa recibe un tratamiento de noticia, ya que es un acontecimiento que mueve a cientos de miles de personas, lo que, evidentemente, altera el ritmo normal de una ciudad. En cuanto a las retransmisiones en directo, algunos años, *Canal Sur* ha optado por retransmitir la salida de una hermandad, como ha sido el caso de la Hermandad de la Macarena en el año 90, o de la Esperanza de Triana en el 91. El inconveniente de este sistema es que se necesita tal parafernalia y despliegue de medios para hacer esta única retransmisión, que es imposible atender a otras hermandades, no sólo de la misma ciudad, sino de otras provincias andaluzas. Los dos últimos años se ha utilizado otra fórmula: instalar un punto fijo en carrera oficial. *Canal Sur Televisión* ha intentado reflejar las costumbres, tradiciones y, en definitiva, las formas tan distintas de vivir la Semana Santa en Andalucía. Por eso se ha hecho retransmisiones en directo de las

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** de Radiotelevisión Andalucía.

cofradías de todas las capitales andaluzas y de numerosos pueblos, aunque por la propia estructura de la Televisión, es imposible llegar a todos los sitios.

La Televisión no puede hacer desconexiones locales, como la Radio, que puede emitir sólo para la provincia, y, evidentemente, cubrir la salida y entrada de todas las hermandades. Pongo por caso *Canal Sur Radio*, que es la emisora que dedica más horas y ofrece mayor cobertura de la Semana Santa. Otra gran diferencia... la movilidad. En la Radio, para dar una crónica, un solo redactor, con un simple teléfono, basta. Sin embargo, la Televisión además de sonido es imagen y para ofrecer las dos cosas necesita desplegar muchos más medios y más personas. El otro gran apartado son los programas resúmenes que recogen lo más destacado de la jornada anterior de cada provincia andaluza.

El lenguaje en las retransmisiones ha evolucionado sensiblemente en estos últimos años, alejándose cada vez más de las voces engoladas y los textos barrocos. *Canal Sur* huye de la exaltación por la exaltación, y se acerca más a la noticia y al detalle que a simple vista se le puede escapar al espectador. Nuestro estilo también se caracteriza por primar los sonidos antes que a la palabra. Es fundamental respetar la llamada del capataz, una saeta, una marcha, el rachear de los costaleros o el tintineo de los varaes. Como anécdota, durante una retransmisión, una compañera llegó a decir: *Qué silencio más ensordecedor*. Fue durante de la Hermandad del Silencio.

Canal Sur busca, además, esos ángulos o esos momentos más desconocidos de la Semana Santa. Quizás esta ha sido una de las grandes aportaciones de *Canal Sur*, hacer partícipe a cientos de miles de andaluces de imágenes, en algunos casos inéditas o reservadas para unos pocos privilegiados. Es el caso del tránsito de las hermandades en el interior de la catedral durante la madrugada o el encuentro de las dos Esperanzas, la de Triana y la Macarena en la Semana Santa del 95. Una imagen insólita que ya forma parte de la Historia de las Cofradías. Más de un millón de andaluces fueron testigos, a través de *Canal Sur Televisión*, de estos momentos, que difícilmente vuelvan a repetirse.

La Información Cofrade desde
Onda Cero *

José Fernández **

A finales de la década de los setenta, España entera se preparaba para afrontar una era de cambios sociales y políticos profundos. Los españoles nos habíamos dado una Constitución y, qué duda cabe, la nueva Carta Magna iba a traer consigo un régimen de libertades en lo político, social y religioso. El Estado confesional era ya historia aunque la sociedad española siguiera siendo en su gran mayoría católica, apostólica y romana.

Sirva este breve preámbulo para radicar en el tiempo cuando a mi juicio comienza a diseñarse una nueva forma de contar la Semana Santa –y en particular la sevillana– a través de la Radio.

A principios de la década de los ochenta, la joven generación que en aquellas fechas llegaba a la Radio, impulsó de forma decisiva una nueva manera de narrar lo, por otra parte, inenarrable de cuanto sucede en la Semana Grande de Sevilla.

Sobre la Semana Santa no descubro nada si digo aquí que es la fiesta local que a más ciudadanos congrega cada año desde hace siglos. Cientos de miles de personas salen a la calle y otras cientos de miles no pueden acudir a la cita con su

* Intervención tenida en el panel “La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales” celebrado en el “I Encuentro sobre Información Cofrade”.

** Director de *Onda Cero* en Sevilla y Andalucía.

Cristo o Virgen por razones bien distintas. Para esta última gente trabajamos en la Radio durante la Gran Semana. Y aquella Radio que empezó a practicarse a principio de los ochenta no hizo más que adaptar su producto radiofónico a una demanda social muy plural, donde procuraba dosificarse la retransmisión beatífica de los veteranos comentaristas con la información a pie de paso narrada por un reportero radiofónico.

Aquella experiencia, mejorada con el paso de los años por tantos y buenos profesionales, «costaleros» todos del micrófono, nos trajo con el paso del tiempo la Radio actual que año tras año realiza la Radio sevillana en un ejercicio de servicio a la comunidad que confirma el carácter de servicio público del Medio.

Esa, como no podía ser menos, es la Radio que intentamos hacer en *Onda Cero* cuando tras la fiesta de Reyes Magos abrimos nuestra antena a la programación específica de Semana Santa. Una programación en la que intentamos dar cabida a las distintas formas de amar a una tradición. Semanalmente, programa tras programa, el equipo cofrade de *Onda Cero*, comandado por el periodista Angel Garrido, procura acercar a nuestros micrófonos a personas y hechos que debe ser conocidos por el gran público oyente. Autoridades muy diversas, el pueblo llano, todos, todos tienen cabida en nuestros espacios. En más de una ocasión, *Onda Cero*, se ha volcado en ayudar a esta o aquella hermandad cuando se nos ha requerido. Quiero asegurar aquí que, cuando estos hechos suceden, el agradecimiento cofrade es inmenso y la Radio se siente orgullosa de haber ayudado a una obra importante.

Durante los meses previos a la Semana Grande, la Radio sevillana en general, y *Onda Cero* en particular, se convierte en una especie de «Senado» donde todo se comenta o discute. En más de una ocasión la Radio ha sido testigo ¡y de que manera! de las luchas internas por el poder en esta o aquella hermandad. Los nombramientos, los estrenos, el eterno debate de la masificación..., todo, todo tiene cabida semanalmente en los programas especiales de *Onda Cero Radio* en Sevilla.

Aspecto muy importante a la hora de hablar de un producto radiofónico especial, sobre todo si se habla como yo desde una empresa privada, son los condicionantes presupuestarios para afrontar un reto informativo como es entender informativamente la Semana Santa. En una Radio privada, como bien se sabe, vivimos económicamente de aquello que ingresamos por el concepto de «Publicidad».

Difícilmente, ninguna emisora de Radio en la actualidad, puede afrontar un reto de esas características sin prever la manera de financiar tal despliegue.

Como es lógico, en *Onda Cero*, afrontamos anualmente ese reto con una previsión de ingresos en concepto de publicidad cada año más elevado. Señal inequívoca de que nuestros tradicionales clientes para Semana Santa, se han sentido satisfechos año tras año del producto radiofónico que elabora el equipo de *Onda Cero*.

Les puedo asegurar que mantenemos clientes en nuestra casa desde que se fundara *Radio Triana* por Ricardo Vaca en 1982. Y alguno de esos clientes lo son de los programas de Semana Santa.

Pensarán ustedes y tendrán razón, que estamos mezclando dos materia muy delicadas como son la religiosidad popular y el «maldito parné», sin el cual las cosas no funcionan en una sociedad capitalista como la nuestra. Pensamos en *Onda Cero* que hay también que saber seleccionar el cliente y no engañarle. ¡Cómo vamos a ir a una casa de jamones en Cuaresma para pedirle que se anuncie el viernes de cada semana! Hay que buscar, aplicando simplemente el sentido común, el punto de equilibrio, de buen gusto, para que el producto que salga por la antena sea redondo.

El trabajo de los profesionales de la Radio en *Onda Cero* se divide en tres fases muy definidas. Los programas que comienzan en cuanto acaba la Epifanía, la Semana Santa y la Madrugá.

Desde el Domingo de Ramos, y así sin solución de continuidad, nuestra Radio pondrá toda su programación al servicio de la Gran Fiesta de Sevilla, donde los sentimientos de los sevillanos están a flor de piel porque la Vida está naciendo un año más en Sevilla. Retransmisiones en directo, noticiarios, reportajes, conexiones con la Policía de Trafico, toda la fuerza de la Radio volcada en torno a un proyecto común que cada año nos parece ilusionante.

Llega la Madrugá. Media España está de vacaciones y la otra mitad viendo cofradías. Sevilla ha puesto de moda su Madrugá. Un bullangeo lo suficientemente discreto como para albergar a los jinetes del dinero, aquellos banqueros y financieros tan de moda, que ya no van a la Feria de Abril. Las grandes Radios españolas miran hacia Sevilla. La Radio pública y laica, mantiene una discreta posición de equilibrio. Y el resto, a Sevilla. Escudriñar Sevilla y contar a la gente que nos oye que no va a llover. Remover Sevilla buscando aquellas noticias que puedan ser de interés para el oyente y en los cuarteles generales de las grandes cadenas, el programa esa noche se dirige desde Sevilla y para toda España.

He tenido la suerte y el honor de haber sido responsable de varias retransmisiones de la Madrugá a través de toda la Cadena Ser, aquella Cadena Ser que supo conjugar la tradición con la actualidad informativa.

Les confieso que en todas esas retransmisiones, me ha obsesionado de forma permanente la idea de que pueda comprenderme el señor de Lugo. Y una segunda obsesión: estábamos en un Medio de Comunicación que solo podía oírse y todo nuestro empeño profesional radicaba en fotografiar sonoramente lo que veían los ojos de la decena de reporteros de la Madrugá. A ese empeño nos ayuda cada día más la técnica de la comunicación. Sus avances tecnológicos, la digitalización, ha venido en el caso de la Radio a ayudarnos a cumplir con mejor servicio y calidad

para nuestros oyentes. La moderna técnica que permite que se oiga los pasos costaleros al subir una rampa de salida, convierten al oyente con su memoria e imaginación en un testigo directo de cuanto sucede en ésta o aquella iglesia. No se tiene hoy porque recurrir al sonido de un cepillo en una caja de zapatos, para recrear en un estudio una retransmisión de memoria, tal y como anecdóticamente contaba hace poco un ilustre maestro de la Radio en Sevilla.

Los sonidos de la Semana Santa en Sevilla. El equipo de *Onda Cero* tiene planteado para esa gran noche, su despliegue tradicional de todos los años y un reto añadido: vamos a intentar llevar al oyente una fotografía sonora de cuanto suceda en las calles de Sevilla. Los sonidos, la voz del capataz, la gente, la bulla, la música... la fe. La magia de una noche en la que Sevilla proyecta hacia toda España la imagen de sus Vírgenes y Cristos más queridos.

Este es el modelo, a grandes rasgos, del reto profesional que este año nos planteamos en *Onda Cero*. Abriendo huecos en una programación convencional muy encorsetada por la programación de Cadena. Y contando con la colaboración entusiasta del 99 por 100 del equipo profesional que posee *Onda Cero Sevilla*.

Permítanme finalmente, reflexionar ante ustedes, profesionales de la Información del próximo milenio, sobre el presente y el futuro del modelo que hoy —con más o menos medios— utilizamos las emisoras de Radio de Sevilla para abordar el fenómeno informativo de la Semana Santa. Todo se degrada en la vida y mucho me temo que las modas o vicios que se padecen en otras franjas horarias de la Radio, están salpicando a la Información Cofrade. Una hermandad, se mire por donde se mire, nada tiene que ver con una muy respetable Sociedad Anónima Deportiva. No me vale pues esa Radio que utiliza los calificativos en un contexto —la Información Cofrade— donde deben prevalecer valores distintos a los que se manejan en una Sociedad Mercantil. El modelo actual, empieza a perder adeptos y hay que empezar a pensar y reflexionar profesionalmente sobre la forma en la que vamos a contar la Semana Santa del 2000. Ese es un reto sobre el que nos gustaría empezar a trabajar en *Onda Cero*, no sólo en el aspecto teórico, incluso en el práctico si ello fuese posible.

Tenemos la suerte de ser testigos cada año de una de las fiestas populares mas importantes del mundo. Una fiesta que puede vivirse de muchas formas y maneras, dependiendo de la fe de cada uno, y que nosotros, notarios de la actualidad, tenemos la suerte de levantar acta de las levantás. Acta con un micrófono, un GSM digital, o sencillamente con un magnetófono donde recoger ese sonido tan especial que tiene la antena de *Onda Cero* durante la Semana de Pasión. Ese es, un año más nuestro reto y, aunque se repita año tras año, nuestra ilusión como sevillanos.

La Información Cofrade desde *TVE en Andalucía **

*Federico Osorio ***

Antes de nada, dar las gracias a la organización de este Encuentro por haber contado con *TVE*, un poco olvidada últimamente en nuestra Comunidad debido, quizá, a su carácter de Cadena nacional, pues a veces no caemos en la cuenta de que *TVE* tiene un Centro Territorial en Andalucía, cuya sede central está en Sevilla, desde los años setenta. Centro más popularmente conocido como «Telesur», por analogía con el informativo del mismo nombre que ya lleva casi veinte años en antena.

Me gustaría que mi intervención fuese un poco más coloquial. Os voy a contar algo, aparte de la experiencia de *TVE* en la Semana Santa andaluza, en cuanto a las retransmisiones en Televisión.

TVE puede considerarse privilegiada, hasta la llegada de las cadenas autonómicas en 1988, en el sentido de que las únicas imágenes que podían verse de la Semana Santa en todo el territorio nacional, eran las de *TVE*. Esto quizás nos ha puesto en una situación de privilegio en cuanto a experiencia adquirida en tantos años. *TVE* siempre ha prestado una atención primordial a la Semana Santa. El

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Jefe de Medios del Centro Territorial en Andalucía de *TVE*.

problema, en lo que respecta a Andalucía, puede venir dado al tener que dar cabida a todas las particularidades y comunidades que integran el territorio nacional. No obstante, a Andalucía se le ha tenido siempre especial cariño por la vistosidad, arraigo popular y la tradición que tiene la Semana Santa en nuestra Comunidad. Por esto, afortunadamente, fue Sevilla la ciudad elegida para realizar, el año 1986, la primera gran retransmisión de una cofradía: la salida y posterior regreso por los jardines de Murillo de «La Candelaria», el Martes Santo.

Desde el punto de vista territorial el Centro de *TVE* en Andalucía, durante los años 89 y 90, con Canal Sur ya en antena, tuvo la iniciativa de abrir una ventana territorial de emisión para Andalucía exclusivamente, con la idea de retransmitir en directo el Lunes, Martes y Miércoles Santo el paso de distintas cofradías por la Campana, en Sevilla, además de conexiones en directo con Málaga y Granada, a primera hora de la tarde. Estas retransmisiones se llevaron a cabo exclusivamente con los medios técnicos y el personal del Centro Territorial, lo que nos hace sentir particularmente satisfechos en lo que respecta a este tipo de emisiones.

En el año 1990 se realiza la retransmisión de «El Cachorro», el Viernes Santo, su paso por catedral y Postigo, con gran esfuerzo por nuestra parte ya que hubo que desmontar la infraestructura técnica instalada en Campana y trasladarla a la Puerta de Palos.

En el año 1991 cambiamos de ciudad, a Granada, eligiendo a la Cofradía de «La Aurora» a su paso por el Albaicín. Siempre se ha querido dar una visión amplia y objetiva, respetando las particularidades de cada ciudad. Esta emisión, a nivel nacional, fue realizada por el Centro Territorial en Andalucía, contando para ello con medios muy innovadores. Resultó un trabajo muy correcto, muy cuidado en detalles y muy sentido, que recibió elogios de todos los Medios de Comunicación.

En el año 1992, la Cofradía de «El Santo Entierro» de Sevilla hizo una representación de todo el misterio de la Pasión de Cristo con participación de otras cofradías sevillanas, lo que fue aprovechado por *TVE* para retransmitir el Sábado Santo, hasta entonces algo inusual. Para esta ocasión, se contó con la colaboración de Fernando Delgado, periodista de *TVE* muy vinculado a esta ciudad.

En 1993, año de la última retransmisión por parte de este Medio en Andalucía, se llevó a cabo uno de los retos más importantes, como es la entrada en capilla de tres cofradías de la «Madrugá» sevillana: «La Macarena», «La Esperanza de Triana» y «El Cristo de los Gitanos», todas ellas de inmensa popularidad en la ciudad..

A partir de entonces han sido otras Comunidades (Murcia, Castilla-León) las elegidas por *TVE* para mostrar su Semana Santa. Esperamos que en el 96, aunque nada hay cierto, se vuelva de nuevo a Andalucía.

Todas ellas han sido emisiones nacionales en las que el Centro Territorial de

TVE en Andalucía ha participado con todos los efectivos a su disposición. Además *TVE*, en sus Servicios Informativos, ofrece puntualmente cada año una muestra de toda la Semana Santa andaluza y nacional, con lo más significativo de cada localidad. No obstante, en los informativos nacionales se tiende a ofrecer aquellas cofradías de mayor arraigo y seguimiento popular (Madrugá de Sevilla, Jesús el Rico de Málaga, Abuelo de Jaén, etc.).

Ahora, si os parece, puedo explicar someramente cómo se hace una retransmisión pues, como véis, estoy haciendo mucho hincapié en ellas. Esto es así por ser lo más llamativo que la Televisión puede ofrecer al tratarse de Semana Santa. No es lo mismo ver un recorrido amplio de una cofradía, que mostrar tan sólo la típica cara del misterio, la del costalero, el llamador,...; se pierde con ello el contexto de lo que se pretende mostrar. Por eso, es preferible hacer la retransmisión por cuanto supone de entendimiento para el espectador, Información y espectáculo visual.

Una retransmisión de este tipo, bastante complicada por cierto, hay que hacerla en la calle, con público, intentando siempre no molestar absolutamente a nadie, lo que a veces puede significar un obstáculo muy importante a nuestra labor: introducirte en una aglomeración de personas, junto al paso, puede llevar a una transgresión visual del conjunto de la cofradía. Es lo que la diferencia básicamente de cualquier otro tipo de retransmisión.

En principio se parte de la idea: "Es Semana Santa y hay que mostrarla al espectador". Dicho sea de paso, *TVE*, por sus funciones de servicio encomendadas, tiene suscrito un convenio con la Conferencia Episcopal en España. Como decía, llega la Semana Santa; veamos a dónde nos dirigimos, desde dónde vamos a retransmitir, en qué banda horaria emitimos, todo ello con idea de no repetir todos los años y provocar monotonía.

Por tanto, un lugar, una ciudad concreta y una cofradía, intentando siempre mostrar algo menos conocido y con notable interés.

De ahí se pasa a un segundo estadio, como es la planificación técnica y operativa. En primer lugar, hay que analizar, con arreglo al tiempo de emisión disponible, el recorrido al que podemos acceder. No es lo mismo emitir durante una hora, que permite poco más del paso por una última esquina y entrada en capilla por ejemplo, que tener una banda de tres horas, con lo que podemos elegir varios sitios de pasos distintos o, como se hace a veces, grabar además la salida y emitirla posteriormente en diferido para dar una visión más completa del recorrido de la cofradía. Personalmente, estoy más de acuerdo en respetar el auténtico directo.

Posteriormente, y a veces de forma simultánea, hay que estudiar los planos que se van a mostrar al espectador, buscando una mayor vinculación de aquél con

lo que se ofrece. Esto se hace a criterio del realizador, quien determina el número de cámaras necesarias y la ubicación de las mismas. Seguidamente, se determinan los medios técnicos necesarios, desde los micrófonos, unidades y enlaces móviles, hasta las cámaras y soportes de éstas, que permitirán mostrar los planos más curiosos e integrados en la procesión. Con profesionalidad y material adecuado se pueden conseguir planos asombrosos.

Además de los medios técnicos, hay que contar con los medios humanos. Es mucho el personal necesario para llevar a cabo una retransmisión de Semana Santa. Desde un mínimo de cuarenta hasta un máximo de cien, aproximadamente. Y, por último (aunque a veces es condición inicial), una faceta que no debe olvidarse: el presupuesto económico disponible para hacer este trabajo.

De aquí se pasa a la instalación de unidades móviles, el cableado —respetando siempre el entorno—, ubicación de cámaras y micrófonos. Una buena operación de sonido es esencial, ya que, por ejemplo, permite que el espectador, cuando se le ofrece un primer plano de la imagen, no tenga que estar continuamente escuchando el sonido de la banda que viene cien metros atrás, como suele ocurrir a menudo. Es un aspecto que hay que cuidar mucho y que influye en el realismo de lo que se está mostrando.

Otro aspecto muy importante es la iluminación, máxime en el caso de retransmisiones nocturnas. La luz artificial no debe en ningún caso falsear la imagen, sólo ayudar a su captación por las cámaras.

Finalmente, los enlaces móviles necesarios para que esa señal de imagen y sonido que entrega la unidad móvil llegue hasta la emisora y, por extensión, a todos los hogares. En una retransmisión de grandes proporciones, hacen falta varias unidades móviles; una de ellas se convierte en matriz y recibe por enlace móvil la señal del resto, realizando la mezcla oportuna que es enviada a la emisora central.

Espero que haya sido interesante, con esta charla, salimos un poco del discurso de los anteriores ponentes, los cuales han sabido exponer el cometido de los Medios de Comunicación en nuestra Semana Santa, su historia, acerbo cultural y arraigo popular con mayor extensión.

**La Información Cofrade desde
Radio Popular-Cadena Cope ***

Andrés Luis Cañadas **

Al ser el último ponente de estas Jornadas y habiéndose hablado ya profusamente de la programación cofradiera en la Radiodifusión sevillana, trataré de ser muy breve al referirme a lo que en este sentido hacemos en la *Cadena Cope* en nuestra ciudad, y en general en Andalucía, queriendo que mis primeras palabras sean para felicitar a la organización de este Encuentro por desarrollar iniciativas de este tipo, que considero muy útiles para los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información.

Y al referirme a la programación cofradiera de la *Cadena Cope* en Sevilla, vengo a hablaros de un «fósil» radiofónico que es el programa “Saeta”; un «fósil» que paradójicamente está perfectamente vivo, que ha marcado toda una época de la Información Cofradiera de Sevilla y que este año cumple su cuadragésimo segunda edición ininterrumpida en antena. «Saeta», a pesar de su veteranía, es un programa que mantiene la frescura del primer día y del que me agrada destacar que es reconocido por los profesionales de las emisoras y empresas de Comunicación que con posterioridad a la fecha de su iniciación han surgido en Sevilla, quienes tanto a sus realizadores como a su contenido conceden un profundo respeto admirativo.

* Intervención tenida en el panel “La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales” celebrado en el “I Encuentro sobre Información Cofrade”.

** Director de *Cadena Cope* en Sevilla y Andalucía.

Programa que, contrariamente a lo que viene sucediendo en la actualidad, se hace aún hoy día con guión, y esto sin duda podrá sorprenderos bastante a vosotros. Y destaco esta faceta porque el hecho de que el programa aún tenga un esquema preconcebido, unas pautas delimitadas, unos contenidos establecidos de antemano y unas personas que se ocupan de una parcela concreta, no supone el que este sistema de trabajo esté tratando de perpetuar una antigualla; por contra, supone un ejemplo de lo que debemos hacer en nuestra profesión en la que por desgracia estamos abriendo nuestros micrófonos, utilizando el acceso a la rotativa desde el teclado del ordenador, muchas veces para trasladar nuestras propias faltas de ortografía, muchas veces para tratar de llevar nuestro propio desconocimiento del tema sobre el que informamos a otros.

Y en el mundo de las cofradías nos encontramos con frecuencia que con la incorporación de muchos colaboradores en un programa radiofónico, precisamente por esta vía se está dando la posibilidad de usar el micrófono a personas que no tienen la formación adecuada y desconocen profundamente el mundo de las hermandades.

Como representante de una Cadena cuyo contenido ideológico está muy claro, tengo que decir que nos hemos planteado siempre, y así lo seguimos haciendo ahora, la realización de programas cofradieros que respondan a la finalidad de exaltar los valores religiosos de la Semana Santa en Sevilla y Andalucía.

El programa "Saeta" fue un programa muy avanzado en su época. Yo diría que lo sigue siendo, a pesar de la venerable edad del director del espacio, que como el primer día es Carlos Schlatter, y de que los demás componentes del equipo, Chano Amador, José Manuel del Castillo y Manuel Toro, por cierto pregonero de la Semana Santa de Sevilla, no están ya precisamente en edad juvenil, pero ello no es obstáculo alguno para que todos ellos conserven el espíritu de la primera hora.

Un programa valiente que tuvo que superar dificultades y denuncias ante la autoridad civil y también ante la eclesiástica por entenderse demasiado adelantado a su tiempo, pero que a pesar de las mismas ha seguido invariablemente su camino.

La programación de la *Cadena Cope*, fundamentalmente sobre el programa "Saeta", se complementa con las retransmisiones de Semana Santa, al igual que hacen las demás cadenas de Radio y de Televisión. Primordialmente, tratando de recoger el aspecto más destacado de la Semana Santa de nuestra ciudad y, principalmente, en los últimos años, con acciones especiales, que han merecido la mejor acogida por parte de los cofrades y entre las que debo citar el coleccionable en fascículos titulado «Reflejos de Pasión».

Precisamente sobre dichas acciones especiales, tan criticadas por algunos, querría hacer una breve puntualización, ya que entiendo que con ellas los Medios no

sólo se dedican a comercializar en su propio beneficio la Semana Santa sino que contribuyen a una mayor y mejor difusión de la misma, de lo que son y hacen las hermandades y cofradías.

Antes se ha comentado aquí el predominio de la ciudad de Sevilla, en lo que a la Información Cofrade se refiere, sobre el resto de las ciudades andaluzas. Yo, que he vivido mi profesión fuera de esta ciudad durante muchos años, tengo que constatar que, efectivamente, habría que darle la razón a la persona que con anterioridad planteaba ese predominio. Sin embargo es preciso decir que eso obedece también a la dejación que hayan podido hacer las emisoras o Medios de otros lugares con respecto a la posibilidad de propagar a través de sus respectivas Cadenas la Semana Santa propia y paralelamente al esfuerzo desplegado en tal sentido por los Medios sevillanos.

Por último, y como comentaban algunos de mis compañeros en este Encuentro el fenómeno de la comercialización de los programas cofrades, indicar que, efectivamente, tal vez antes los profesionales de la Comunicación teníamos un cierto pudor por vender publicitariamente las producciones que se realizaban con motivo de la Semana Santa, pero esto es algo ya superado pues el alto costo de dichas realizaciones impone la obtención de recursos para poderlas llevar a cabo y, además, no son en modo alguno incompatibles los contenidos cofrades con la publicidad y sobre todo si el mensaje que ésta difunda se trata de acuerdo con el programa donde se va a insertar.

Capítulo 21

Analizar los mensajes *

*Dra. Pastora Moreno ***

La Información Cofrade tiene su atención a través de los distintos Medios conocidos –Prensa, Radio y Televisión–, dentro de unas atenciones informativas exclusivas y generales como son el hecho informativo de las Cofradías y la Semana Santa en su desarrollo generalista como elemento religioso.

Hay que tener en cuenta que dentro de la propia Prensa escrita «el lenguaje de los periódicos es, en realidad, un conjunto de varios lenguajes especializados»¹. Esto se ha dado en llamar, con terminología ya consagrada por el uso, «lenguajes sectoriales»².

Martínez Albertos describe inicialmente el lenguaje periodístico como un lenguaje no literal, próximo a las hablas coloquiales de los sectores cultos de una determinada comunidad de hablantes, que en sus manifestaciones habituales se apoya de modo cuantitativamente importante en oraciones de construcción nominal: «El lenguaje periodístico por antonomasia es el lenguaje periodístico de la Prensa escri-

* Intervención tenida en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

** Profesora Titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

¹ CALABRESE, O. y VIOLI, P.: *I giornali. Guida alla lettura e all' uso didattico*. L' Espresso, Milán, 1980. pág. 106.

² BECCARIA, G. L. (ed.): *I linguaggi settoriali in Italia*. Bompiani, Milano, 1973.

ta, mientras que el 'estilo periodístico' sin más matizaciones, responde al estilo informativo, es decir a los modos expresivos que sirven para la transmisión de datos con cierto ánimo de elaborar un relato objetivo de los acontecimientos»³.

El periódico es, en realidad, una especie de permanente diccionario de actualidad donde se incluyen diferentes lenguajes. Cada uno de ellos tienen sus normas y el lenguaje informativo, normas muy particulares y trabajosamente elaboradas. Pero todos los textos que aparecen en un periódico, por distintos que sean entre sí, han de tener en común algunas características exclusivas y generales. Exclusivas porque son especialmente exigidas por el periódico y generales porque afectan a todos los textos que en él aparecen.

Y si esto decimos para el periódico, la aplicación es viable cuando hablamos de Medios Audiovisuales, con las diferencias precisas para cada Medio. Tanto la Radio y la Televisión tienen sus propias particularidades exclusivas y generales y como señala el profesor Balbuena «aunque los medios técnicos alcancen una calidad casi perfecta y a prueba de fallos, el contenido de un mensaje puede ofrecer perspectivas diferentes para el emisor y para el receptor»⁴.

En el ámbito de la Información Cofrade se producen constantes mensajes desde los espacios emisores como son los que parten de las empresas periodísticas, radiofónicas y televisivas. Todos ellos son necesarios analizar, partiendo del ámbito periodístico, a través de los distintos géneros, en sus contenidos y desarrollos de transmisión para conocer cómo se producen y se realizan hasta llegar al receptor, bien sean lectores, oyentes o televidentes.

³ MARTINEZ ALBERTOS, J. L.: *Curso General de Redacción Periodística*. Paraninfo, Madrid, 1992.

⁴ VALBUENA, F.: «Información» en BENITO, A. (dir.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Ediciones Paulinas, Madrid, 1991, pág. 762.

Epílogo

Cuando en 1985 el padre José María Javierre fue llamado, por segunda vez, a dirigir el destino periodístico de *El Correo de Andalucía*, lo hizo convencido de la importancia que las cofradías y las hermandades tienen para Sevilla. Como consecuencia, sabía que la Semana Santa no sólo eran ocho días de fervor religioso y alegría festiva, sino que, más allá de toda celebración, la ciudad vivía cada día, durante todo el año, para este acontecimiento.

Con esta certeza, la primera medida que adoptó estaba vinculada a esta realidad: fichó a un periodista para cubrir la Información Cofradiera. No se trataba de un profesional cualquiera. Fernando Gelán había abandonado el diario *ABC* para enfrascarse en este proyecto que Javierre perfilaba con visos de futuro. Años después, paradójicamente, *El Correo* aumentó su tirada precisamente con la potenciación de los temas cofradieros.

Esta anécdota no es sino el punto de partida de este epílogo que pone punto final a estas páginas. Cuanto dió de sí el «I Encuentro sobre Información Cofrade» ha quedado impreso en este volumen, y su celebración nos ha supuesto, nada más y nada menos, que la puesta en marcha de un proyecto que se materializará en otras convocatorias que aúnen a cuantos profesionales de la información se interesen por este mundo tan nuestro, tan cotidiano y a la vez tan incógnito, así como a cuantos proyectos e iniciativas que sirvan de panacea de debate e investigación para adentrarnos en este mundo de la Información Cofrade.

De cualquier manera, esta faceta del Periodismo, aparentemente tan común

a todos y tan cercana, requiere no pocos requisitos para su ejercicio efectivo. Santiago Sánchez Traver ha hecho hincapié en la necesidad de especialización que conlleva el ejercicio de este tipo de información. La alcaldesa de Sevilla, Soledad Becerril, también es consciente de los requisitos imprescindibles que el periodista no debe olvidar a la hora de dedicarse a la Información Cofrade. Conocer la ciudad, saber desenvolverse en el mundo cofrade, descodificar los acontecimientos históricos o descifrar las múltiples fórmulas con las que las obras de arte nos subyugan.

Pero más allá de un profundo análisis, las páginas de Información Cofrade han aportado ante todo aspectos novedosos que hoy el Periodismo en general ha incorporado en sus distintas secciones como innovaciones de nuestros días. Ya el Periodismo Cofrade había utilizado las portadas a color en sus suplementos de Semana Santa. De la misma manera que estas informaciones habían hecho evolucionar al periódico hasta ser también, y debe de serlo, un órgano de servicios. En sus páginas, el lector no sólo buscaba o busca la noticia del día, sino que además utiliza el diario como guía para desentrañar itinerarios y horarios de actos sociales y litúrgicos.

El Periodismo Cofradiero ha supuesto también un claro antecedente en el uso de la infografía como ilustración. Pero estos aspectos innovadores no sólo han afectado al espacio impreso de la Prensa escrita, sino que también ha abierto su campo de influencia al espacio y al tiempo audiovisuales. Fue concretamente la Radio el Medio de Comunicación que desató la censura previa en sus programas y fue en estos programas en directo en los que se incorpora el sonido ambiente como un elemento necesario e imprescindible para describir la realidad, para trasladar al oyente a través de las ondas a esta salida procesional o a aquella esquina en la que la Semana Santa se muestra en toda su plenitud.

No obstante, tal como ha quedado patente en este Encuentro y en las páginas previas que integran este volumen, las informaciones sobre la vidas cofrade con incompletas y viciadas. Así lo manifestó Antonio Avendaño, redactor jefe de *El Correo de Andalucía*, pues éste es un mundo suspicaz en el que no se cultiva la autocensura y en el que las fuentes informativas se muestran parciales y posicionadas a favor o en contra de esta hermandad o de aquella cofradía. Esta parcela periodística necesita abandonar un tanto el costumbrismo para sumergirse en el agua transparente de la investigación. Este punto de vista fue expuesto por Pedro Orive, quien entiende que un chequeo sanitario en este sentido puede alegrar positivamente un diagnóstico que hoy presenta claras deficiencias.

La evolución de este Periodismo no sólo es deseable sino que, por otra parte, podemos afirmar que ya ha emprendido nuevos caminos para su regeneración. La televisión, entendida hoy como un medio que está presente en todos los hogares, ha comenzado a ocupar en este sentido un lugar de privilegio y de responsabilidad incuestionables. Paz Oliver nos ha asegurado en este sentido que Canal Sur Televi-

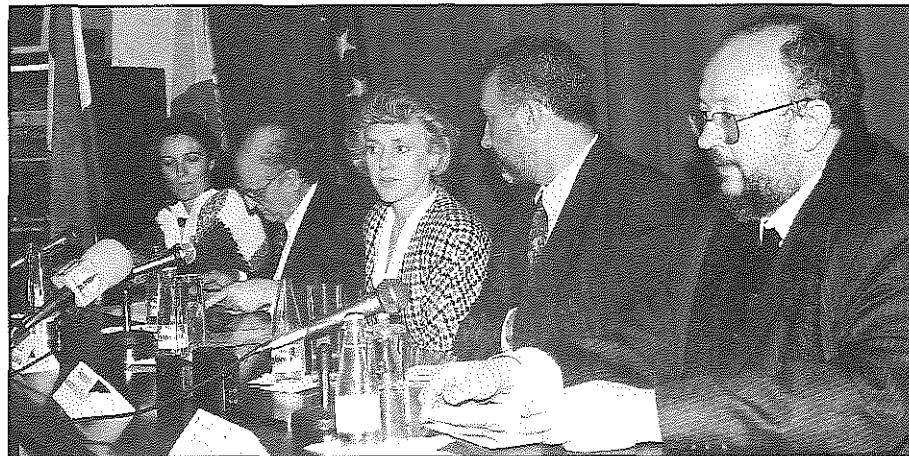
sión ha aportado dos innovaciones sumamente interesantes. De una parte, ha mostrado el tránsito de las hermandades en el interior de la catedral. De otro, ha destacado la voz del locutor o la música, sino también los sonidos: la llamada del capataz, el rachear de los costaleros en el interior de los varaes, sus pasos, el murmullo del público, la saeta. Pero su principal aportación ha sido otra: el silencio.

La Semana Santa no sólo congrega fervor religioso y fiesta, sino que en ella se conjugan todas las manifestaciones estéticas. Los distintos Medios de Comunicación, desde mucho años atrás, se han hecho eco de esta realidad, y en sus páginas de otros días está archivada esta parte de nuestra historia que cada año volvemos a vivir con apenas variantes. El presente volumen, primero de momento, nos ha permitido desentrañar algunas claves sobre el mundo cofrade y sobre la Semana Santa y su relación con los Medios de Comunicación. Ojalá estas páginas que sirven de epílogo para clausurar estas páginas sean también el prólogo de una parcela de estudio que nos convocará cada año para adentrarnos cada vez más en su investigación.

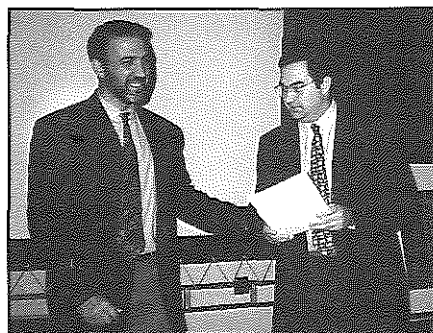
Antonio López Hidalgo *

José Álvarez Marcos *

* Profesores en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.



Momento del acto de apertura: de izquierda a derecha, en la fotografía: Isabel Aler, vicedecana de Investigación y Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla; Antonio Serrano Gálvez, director general de Comunicación Social de la Junta de Andalucía; Soledad Becerril, alcaldesa de Sevilla; Santiago Sánchez Traver, presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla y de la Federación de Asociaciones de la Prensa de Andalucía, y José Manuel Gómez y Méndez, director del Encuentro y del Equipo de Investigación organizador del mismo. (Foto: Sanvicente).

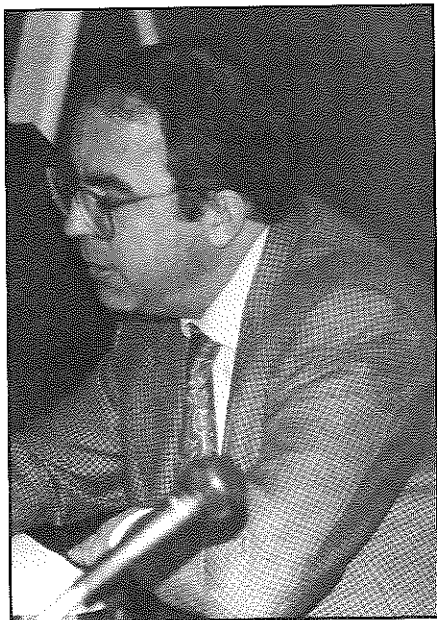
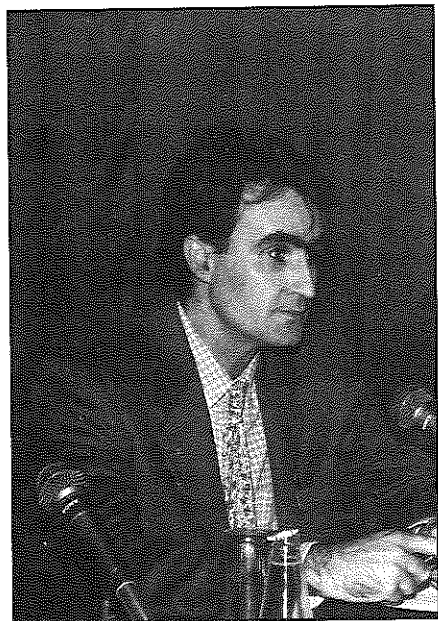


El presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla y de la Federación de Asociaciones de la Prensa de Andalucía (Fedapa), Santiago Sánchez Traver, hace entrega al periodista Antonio Silva, secretario de la Asociación de la Prensa sevillana, del diploma que el Equipo de Investigación, organizador del «Encuentro», le concedió como «gratitud y reconocimiento a su persona» por la colaboración recibida en torno a la Información Cofrade; también recibió otro diploma, por idéntico motivo, el fotógrafo José María Meléndez (imagen de la derecha), de manos de Andrés Luis Cañadas, hasta hace escasas fechas secretario general de la Fedapa y actualmente director de Cope en Sevilla y Andalucía.

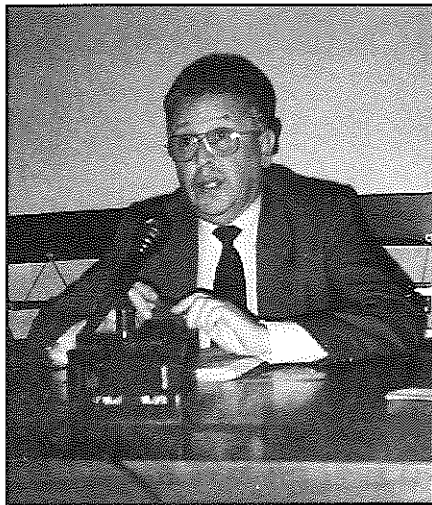
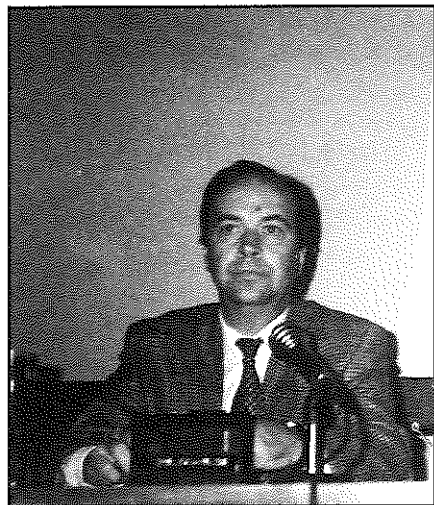
ÁLBUM FOTOGRÁFICO



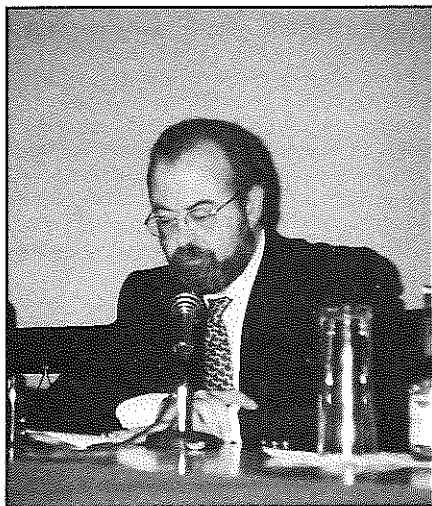
Tres imágenes del panel «La Información Cofrade desde los Medios Impresos»: a la izquierda de estas líneas, el profesor Juan Luis Manfredi, moderador del panel, y el periodista José Joaquín León, subdirector de *ABC*; abajo, a la izquierda, Antonio Avendaño, redactor jefe de *El Correo de Andalucía*, y, a la derecha, Francisco Rosell, director de *Diario 16-Andalucía*. (Fotos: Sanvicente, J. Spínola y P. Cazalla).



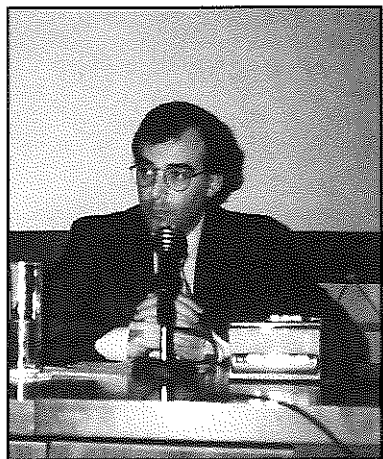
ÁLBUM FOTOGRÁFICO



En esta página se recogen cuatro intervenciones del panel denominado «La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales». Arriba: los directores de *Radio Nacional de España* en Sevilla y Andalucía, José Domingo Sanmartín (en la imagen de la izquierda), y de *Cadena Cope* en Sevilla y Andalucía, Andrés Luis Cañadas (en la fotografía de la derecha). Abajo: a la izquierda, José Fernández, director de *Onda Cero* en Sevilla y Andalucía; a la derecha, Juan Eloy Durán, subdirector de *Cadena Ser* en Sevilla.



ÁLBUM FOTOGRÁFICO

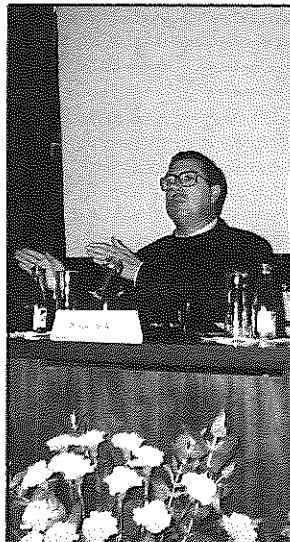
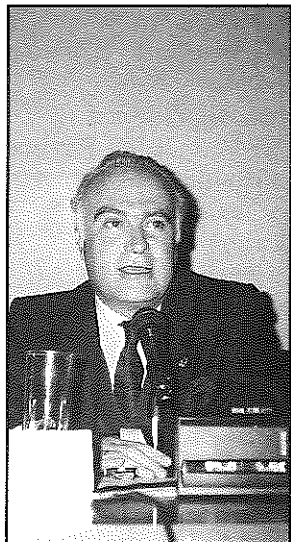


Dos momentos del panel «La Información Cofrade desde los Medios Audiovisuales». La imagen de la izquierda recoge a Federico Osorio, jefe de Medios del Centro Territorial en Andalucía de TVE. En la fotografía de la derecha, Mari Paz Oliver, de RTVA, estando a su lado la profesora Pastora Moreno, moderadora del panel.



El profesor Pedro Orive pronunciando su conferencia denominada «Las procesiones de Semana Santa en las opiniones públicas local, regional y nacional»; a su derecha aparece el profesor Manuel Ponce, que le presentó, y a su izquierda, el profesor José Manuel Gómez y Méndez, director del «Encuentro».

ÁLBUM FOTOGRÁFICO



Panel «La Información Cofrade desde las hermandades».

Arriba: hermanos mayores de la Archicofradía del Santísimo Sacramento y Pontificia y Real de Nazarenos de Nuestro Padre Jesús de la Pasión y Nuestra Madre y Señora de La Merced, Javier Criado (a la izquierda), y de la Primitiva, Pontificia y Real Hermandad de Nazarenos de la Sagrada Entrada en Jerusalén, Santísimo Cristo del Amor, Nuestra Señora del Socorro y Santiago Apóstol, Francisco Rosales (en el centro);



a la derecha, Juan del Río, capellán de la Universidad y director espiritual de la Pontificia, Patriarcal e Ilustrísima Hermandad y Archicofradía del Santísimo Cristo de la Buena Muerte y María Santísima de la Angustia. Abajo, Luis Arjona, hermano mayor de la Pontificia Hermandad Sacramental y Cofradía de Nazarenos de la Sagrada Presentación de Jesús al Pueblo, Santísimo Cristo de la Sangre y Nuestra Señora de la Encarnación Coronada, y el profesor Ramón Reig, moderador del panel (a la derecha de la foto).

Índice

	<u>Página</u>
<i>Prólogo</i>	
por el Dr. José Manuel Gómez y Méndez	7
Capítulo 1: <i>Ante un Periodismo Cofrade</i>	
por Santiago Sánchez Traver	13
Capítulo 2: <i>Conocer más de las hermandades</i>	
por Antonio Serrano Gálvez	15
Capítulo 3: <i>Transmitir y difundir los valores de Sevilla</i>	
por Soledad Becerril	17
Capítulo 4: <i>La Información Cofrade desde ABC</i>	
por José Joaquín León	19
Capítulo 5: <i>La Información Cofrade desde Diario 16-Andalucía</i>	
por Francisco Rosell	24
Capítulo 6: <i>La Información Cofrade desde El Correo de Andalucía</i>	
por Antonio Avendaño Ródenas	29
Capítulo 7: <i>Hacer periódicos en Semana Santa</i>	
por el Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral	32
Capítulo 8: <i>Una triple visión</i>	
por el Dr. Juan del Río Martín	36
Capítulo 9: <i>Comunicarse a través de los Medios</i>	
por Luis Arjona	43
Capítulo 10: <i>Los Medios, soporte y ayuda</i>	
por Francisco Rosales	46

Capítulo 11: <i>Cómo abordar la noticia desde la realidad</i> por el Dr. Javier Criado	48
Capítulo 12: <i>Información y simbología en la Semana Santa</i> <i>y en el mundo cofrade de Sevilla</i> por el Dr. Ramón Reij	52
Capítulo 13: <i>Las procesiones de Semana Santa en las opiniones</i> <i>públicas local, regional y nacional</i> por el Dr. Pedro Orive	60
Capítulo 14: <i>Información Cofrade: una actualidad sin novedad</i> por el Dr. Manuel Ponce Ruiz	71
Capítulo 15: <i>La Información Cofrade desde</i> <i>Radio Nacional de España</i> por José Domingo Sanmartín	75
Capítulo 16: <i>La Información Cofrade desde Radio Sevilla-Cadena Ser</i> por Juan Eloy Durán	82
Capítulo 17: <i>La Información Cofrade desde RTVA</i> por Mari Paz Oliver	87
Capítulo 18: <i>La Información Cofrade desde Onda Cero</i> por José Fernández	89
Capítulo 19: <i>La Información Cofrade desde TVE en Andalucía</i> por Federico Osorio	93
Capítulo 20: <i>La Información Cofrade desde</i> <i>Radio Popular-Cadena Cope</i> por Andrés Luis Cañadas	97
Capítulo 21: <i>Analizar los mensajes</i> por la Dra. Pastora Moreno	100
<i>Epílogo</i> por José Álvarez y Antonio López Hidalgo	102
<i>Álbum fotográfico</i>	105

CIERRE

El presente libro, titulado PERIODISMO Y COFRADÍAS, editado por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, adscrito al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Literatura de la Universidad de Sevilla, con el patrocinio de CAJA SAN FERNANDO, se computerizó por Antonia González Borjas, María Luisa Cárdenas, Cristina García Calderón y Rita Fernández Leal, interviniendo en el proceso lasergráfico M.^a Dolores Martín Calancha y Juan Salmerón Castillo; se imprimió por Antonio Gómez Caro en los talleres de Gráficas Los Palacios, concluyéndose el día 15 de marzo de 1996.