

**Las Velás y las Tómbolas
en los Medios Gratuitos
de la provincia de Sevilla ***

Hada M. Sánchez Gonzales **

Valme J. Caballero **

Sergio Crespo **

El panel titulado “*Las Velás y Tómbolas en Medios Gratuitos de la provincia de Sevilla*” fue el primero desarrollado el segundo día de la actividad. Expusieron: Valme J. Caballero, jefa de “Cultura” del semanario “*El Nazareno*”, de Dos Hermanas, y Sergio Crespo, director de <*Planetalocal.es*>, un servicio multimedia con treinta cabeceras locales/comarcales en la provincia de Sevilla. La moderación/relatoría estuvo a cargo de Hada M. Sánchez Gonzales, periodista, profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Hada M. Sánchez Gonzales: Abordaremos el tratamiento informativo de las Velás y Tómbolas, en este caso, en los Medios Gratuitos en la provincia de Sevilla. Para ello, contamos con dos profesionales del Periodismo para que nos desvelen cómo cubren dichas noticias desde sus respectivos medios. De igual forma, que compartan con nosotros anécdotas o curiosidades sobre el tema que nos ocupa. Si bien es cierto que la cultura andaluza “*establece conexiones entre las costumbres, tradiciones y acontecimientos festivos que caracterizan a las*

* Intervenciones tenidas en el “*Encuentro sobre Medios de Comunicación, Velás y Tómbolas en Sevilla*”.

** Los nombres de los intervinientes están por orden alfabético de apellidos y la moderadora/relatora ubicada al inicio. Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

diferentes comarcas y regiones de nuestra comunidad autónoma”¹, hoy vamos a establecer esa conexión entre Velás y las Tómbolas con los Medios y de forma más concreta, con sus profesionales.

Valme J. Caballero: En el periódico *El Nazareno* de Dos Hermanas, nosotros nos dedicamos única y exclusivamente a Dos Hermanas. Somos un Medio gratuito, semanal; cubrimos lo que ocurre allí o está relacionado con la gente de Dos Hermanas.

En lo que a Velás se refiere, nosotros cubrimos la de una serie de Hermandades. Tienen relación con la religión. La Velá principal es la de Santa Ana, la Patrona; aunque suene mucho la Virgen de Valme, Santa Ana es la Patrona, no la de Valme. Antiguamente, la Feria se celebraba en julio con las fiestas patronales que era en honor de la Santa indicada, pero se pasó la Feria a mayo y se quedó Santa Ana con una Velá con una duración de dos días. Nada que ver una Velá con la Feria. Es diferente, la Feria en su recinto con su programa, su iluminación, teniendo sus múltiples casetas y no tiene cotejo de tipo religioso. La Velá es un poco la parte festiva de la procesión y de los actos religiosos que hay en torno a Santa Ana como Patrona; se hace en dos días en un sitio céntrico que es la parte del Arenal de Dos Hermanas, muy del pueblo, muy entrañable. Hay una caseta, una barra de un bar y actuaciones musicales; en eso consiste básicamente la Velá de Santa Ana. Actuaciones musicales que se intentan que sean de artistas locales por ser las fiestas patronales. La Velá la organiza el Ayuntamiento en una parte lúdico-festiva y la parte religiosa la organiza la Hermandad, que es la que saca la procesión y demás actos de culto; es en julio, con “*la caló*” de esas fechas.

Otra Velá también famosa es la Asunción, en el 15 de agosto, en honor de la festividad de la titular de la Hermandad de la Vera Cruz; se desarrolla en un barrio típico de Dos Hermanas que tiene mucha entidad, realizándose justo al lado de la capilla más antigua de la localidad. La organiza la propia Hermandad en un espacio al aire libre; hay animaciones y una Tómbola, la cual es solidaria para conseguir dinero con destino a la Bolsa de Caridad; antes tenía destino para otras cosas, como para comprar más capas de nazarenos, ahora –desde hace unos años– es todo beneficio caritativo o solidario. Y en esta Velá hay una carrera de cintas a caballo, evento que se había perdido y que ha vuelto, las cuales antes hasta se hacían en la Feria.

¹ AA.VV.: (2011). “Fiestas, tradiciones y costumbres de Archidona” en AA.VV. *Aproximación al patrimonio natural y cultural de Archidona*. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, pág. 161.

Existen otras Hermandades que organizan una especie de convivencia y en su desarrollo sí tienen Tómbolas. Se piden de forma benéfica la participación de empresas y comercios de la zona para que cedan regalos. Una muy importante es la de la Hermandad del Rocío en la que se rifan hasta trajes de flamenca, intentándose que haya regalos relacionados con la romería. Otra, la de la Hermandad de Pasión. También diferentes Asociaciones Parroquiales, que son los gérmenes de futuras Hermandades que no están todavía constituidas como tales pero que trabajan en una parroquia y organizan estos tipos de actividades para ayudar normalmente a las parroquias y a Cáritas.

Informativamente hablando, cómo se trata esto: se le da bastante repercusión a la Velá de Santa Ana, pues al ser las fiestas patronales se le otorga el énfasis que se le tiene que poner a las mismas. La información se lanza y otra es la repercusión al existir muchas personas de vacaciones. Con la Asunción, a pesar de ser periodo vacacional, para muchos en agosto, se cubre con un previo y un post y cuando se empiezan a saber las cosas se van anunciando con un tiempo antes. Y las Tómbolas sí tienen más repercusión informativa aparte de que hay muchísima más gente porque son un sábado o domingo normal, siendo espacios a los que se va a tomarse algo, echándose el ratito, comprándose la papeleta y se va a uno a casa con el traje de flamenca que te ha tocado u otro premio. Esta dinámica tombolera gusta muchísimo a la gente. Sí nos piden al semanario, desde las Hermandades desde las que nos facilitan la información, su difusión y efectuamos una crónica de lo que ha de venir y de cómo ha transcurrido.

Lo que interesa es saber quién canta y que vaya gente que se diga el motivo, el objetivo por el que se hace la Tómbola para que haya gente y evidentemente nosotros damos el post de cómo ha estado y cómo no ha estado. Pero sí que nos centramos, porque creemos que es mejor informar antes para que la gente lo sepa y hacer esa labor y después bueno ya se hará la crónica de los cantantes que han estado; tanto las organizaciones como la dirección del periódico creen que es mejor informar y sacar el previo para darle una acertada difusión.

Sergio Crespo: Para *Planeta Local* las Velás y Tómbolas en los pueblos son fundamentales. Hay entre 120 y 140 Velás en la provincia de Sevilla y para nosotros eso es material fundamental a la hora de ofrecer la información. Voy a contar cómo la tratamos. En nuestro caso somos muy pesados a la hora de intentar pre-analizar cada uno de los eventos que tenemos para que no se repita como pasa en muchos Medios; a veces, porque todo el mundo hace lo mismo.

En nuestro caso casi todas las Velás están asociadas a hechos religiosos o a veces relacionados con hechos de la vida cotidiana. Según el número de cosas que tenemos que atender le pedimos al periodista que cubra independientemente que ocupe más o menos. Si destaca la Velá de Santa Ana en Sevilla, en Carmona es la Novena, que sería una especie de Velá, dándosele mucha importancia porque el sentimiento que la gente tiene por la Novena de la Virgen de Gracia, a principios de septiembre, es muchísimo más fuerte que la Feria; la Novena, aparte de su desarrollo en el templo, tiene su vida ciudadana, en la plaza de arriba, como es conocida la plaza de San Fernando, que es el centro de Carmona y la Feria tiene su desarrollo en el recinto ferial; y eso para nosotros es más importante que la Feria. Muchas se celebran en verano como la de Triana, pero no siempre es así, hay otras que se celebran en otros períodos.

Algo característico en nosotros es que siempre tenemos contenido antes y después. Es un objetivo: cuando se trata algo se sabe que se tiene que hacer eso.

¿Cómo dividimos el contenido? Por un lado, los protagonistas del año se tienen que destacar. Hay veces en que todo título sea una sola noticia o que si viene, por ejemplo, un artista local sea eso una única noticia. ¿Por qué lo hacemos así? Pues porque la noticia se manda con un *tuit*, estamos metiendo en el título el *hashtag* y el nombre del pueblo; eso se necesita porque de esa manera en Twitter es mucho mejor. No sé qué Medios están haciendo eso hoy día pero nosotros sí lo estamos realizando, y la verdad que nos está yendo muy bien.

Al contar la historia de cada Velá siempre intentamos narrar una historia para apelar emociones. A veces te encuentras con una señora que acude a Velás desde que nació y te enseña una foto antigua, contándote el detalle del pasado.

En cuanto al contenido cuando está ocurriendo la Velá lo primero que hacemos es el *tuit*; el primer impacto que un redactor tiene que hacer cuando tiene conocimiento es redactar un *tuit*, luego lo contamos en *Facebook* y al final hacemos una noticia siempre en ese orden, porque entendemos que esos son los plazos en que la gente le llega la información; intentamos que siempre se cumpla, que no sea al revés, sino en el orden dicho; eso es así, tiene que ser así. Las Velás especialmente es algo que está muy ligado al documental; en las Velás, si funcionan los breves contenidos generados por el usuario o cosas que la gente cuelga, o cuenta, las usamos y *retuiteamos*, facilitando al público cosas que interesan.

Cosas de utilidad como “¡cuidado que se ha caído un caballo en no sé dónde!” y la persona que le efectúa la foto al caballo nos la envía, haciendo esa

información de plena utilidad en ese momento porque puede que por ese lugar del accidente pase una procesión o altere el orden público; y si lo facilita el ciudadano hay que ser servicio público ante todo, darle su sitio al ciudadano que lo ha sacado para nosotros es importante; aportamos utilidad. En una fiesta, la gente quiere verse claramente en la fiesta. En el muro de *Facebook*, primamos los vídeos y cualquier vídeo de cualquier Velá hacemos que aparezca en nuestro muro.

Nuestra compañía o empresa periodística parte de una productora local con productos para una red de televisión; tenemos capacidades de muchos vídeos porque es otro de nuestros negocios; intentamos que todos tengan las máximas visitas y por eso intentamos que estas fiestas tengan uno o más vídeos si tienen contenido de interés, si hay gente de fiesta. Un último detalle es que consideramos laico a nuestro periódico y, sí es verdad que casi todas las Velás son eventos claramente religiosos, cualquiera podría pensar que cómo nos declaramos laicos y atendemos estos temas; la respuesta es evidente: porque tienen un interés local, interesando a numerosas personas y nosotros no somos nadie para decir lo que le tiene que interesar; al ser temática que tiene interés cultural y social, estando en la atención del pueblo, es por lo que publicamos y eso no nos convierte en seguidores de la Iglesia Católica. *Planeta Local* no es quién para decidir lo que a la gente le tiene que gustar y lo que no; nosotros no estamos para eso.

H. M. Sánchez: Remarcar que las Velás y las Tómbolas tienen un denominador común, la Cultura Andaluza.

S. Crespo: Hoy día para nosotros el valor informativo está durante el desarrollo del evento y también es por la importancia de las redes porque estamos muy enfocados a ellas. Evidentemente un periódico en papel es otra cosa toda vez que el mensaje se recibe antes. Con la Navidad nosotros estamos muy interesados en saber lo que está pasando, pero el día 8 de enero que no nos hablen de Navidad.

V. Caballero: Para nosotros, en el post, interesa la parte gráfica más que la parte de redacción; el redactor tiene que estar más en el antes que en el después.

H. M. Sánchez: Con el auge de las Redes Sociales, habéis notado qué es lo que más le interesa al usuario sobre estos temas.

S. Crespo: Está muy detectado porque venimos del mundo de la televisión y tenemos, en nuestro sistema operativo mental, metido el análisis de la audiencia, el cual, tan exquisito en el mundo de la TV, lo trasladamos al mundo de internet, porque es además más sencillo que en televisión, sabiendo muchas cosas más de la gente que te ve. Hay datos claves en la provincia de Sevilla cada vez que sacamos noticias de lo que está pasando en Sevilla: en muy corto espacio de tiempo se dispara. Y en tres horas, tienes 3.000 visitas de una zona concreta; todo lo que sea actualidad, algo que está pasando tiene audiencia muy elevada. Noticias con mucho impacto son las relacionadas con el empleo; todas las que sacamos en *Planeta Local* sobre el empleo son las más vistas en el mes. Y las Velás son las primeras cuando se dice: que ahora va a salir la Virgen, que mira cómo va, que va a pasar por la calle tal; que esto se dice en el Pregón; eso es inmensa audiencia, teniéndose mucha viralidad y aumentándose el número de seguidores en un momento.

H. M. Sánchez: Volviendo a la importancia de las Velás y las Tómbolas en los Medios y en relación a lo que ha manifestado Valme, es posible decir que *El Nazareno* le da mayor cobertura al tratamiento informativo de las Tómbolas.

V. Caballero: Es por la fecha, porque las Velás son en julio y agosto y las Tómbolas son un domingo cualquiera, no un puente veraniego que está la gente en la playa; en Santa Ana hay uno o dos festivos y los comercios cierran, marchándose la gente a la playa. Las Tómbolas son algo diferente, teniendo más repercusión informativamente hablando porque es información diaria, reúne una mayor cantidad de gente. Las Velás con las procesiones y con la parte festiva, al no ser una Feria es diferente el tratamiento. Me ha resultado curioso cuando Sergio ha expuesto sobre el tratamiento de la información que hablaba de pregones; en Dos Hermanas no hay pregón en las Velás.

S. Crespo: No en todas las Velás que informamos en *Planeta Local*, pero sí hay que preguntar en cada lugar: “¿oye, hay Pregón?” Si no hay, pues nada; si hay ya sabemos que se va a pronunciar; hay que decir quién es el pregonero y cuándo es; un Pregón incluye un montón de pormenores..., supone un “movidón”.

V. Caballero: Ya he dicho que en las Velás no hay pregones en Dos Hermanas, aunque para la romería de Valme, sí... Hago una matización: en las Velás como cualquier festividad, la gente está disfrutando y los periodistas trabajando y disfrutando, y a las dos horas te vas y tienes que extraer la información y –por ejemplo– has estado viendo si han bailado en el escenario 25 ó 30, aunque la gente piensa que no estás trabajando.

S. Crespo: Se producen comentarios negativos al quehacer periodístico si en una información se ponen 25 cuando son 30. Muchas personas piensan que no se ha puesto interés informativo.

V. Caballero: Sí, es verdad que el periodista está trabajando; te puedes divertir y estar un rato pero estas trabajando.

S. Crespo: Nosotros hoy día se lo decimos a la gente; que están prohibidos los *selfies*, al menos los nuestros; que no se haga una foto y se diga aquí estoy.

H. M. Sánchez: Entonces, es posible señalar la importancia que está teniendo para los periodistas potenciar su marca personal.

V. Caballero: No hay marca personal, es el Medio.

S. Crespo: Nosotros si estás trabajando, entendemos que en un pueblo es prácticamente inviable que haya más de un profesional por un Medio; mi Medio no tiene 20 periodistas en Écija; lo que él diga afecta al Medio; no puedo decirle lo que haga en su perfil personal, pero afecta eso es así; estoy sujeto a lo que él pueda hacer y decir en su perfil personal.

H. M. Sánchez: Estoy de acuerdo con unas normas o guías que medien la información, incluso el comportamiento de los periodistas en los Medios Sociales con el fin de favorecer calidad informativa siempre y cuando no se vea limitada su capacidad de expresión.

S. Crespo: Nosotros le decimos que *selfies* no; se lo decimos a la gente, pero si un periodista coge y lo hace no lo voy a echar del Medio; sólo puedo decirle que le indiqué que no lo hiciera, pero insisto que, en el Periodismo Local, el periodista y el periódico son la misma cosa, porque el periódico no es un rascacielos, entonces son lo mismo el periódico y periodista –para lo bueno y para lo malo–; tenemos que entender que estamos en un Medio y aunque la gente te perciba a ti como el Medio, tú sólo no eres el Medio.

H. M. Sánchez: Totalmente de acuerdo. Por otro lado, también es posible abordar qué tipo de noticias publican los Medios sobre la temática en cuestión. Es probable que la audiencia se encuentre con las noticias que le informen sobre el evento como tal (qué, dónde, cuándo...), por un lado, y con noticias que reflejen la historia de personas que acuden al evento, en este caso a la Tómbola. Estas últimas, además, apelan a las emociones, son más cercanas e invitan a la gente a leer el periódico.

V. *Caballero*: La información objetiva es la previa evidentemente, eso es sota, caballo y rey. El qué, cuándo, cómo y el porqué; después la información gráfica y algún detalle que se haya podido apreciar para apelar al sentimiento, por ejemplo, si hay una señora que está llorando cuando ha pasado el Santo es el lado humano; es una crónica donde nada que ver con la noticia pura.

S. *Crespo*: A nosotros nos gusta mucho hacer ese tipo de historias porque probablemente nosotros no podemos competir, en el buen sentido de la palabra, con otros Medios en grandes informaciones fuera de lo local, pero sí puedo contar noticias emotivas y tengo algo que esos Medios no lo poseen, por ejemplo, contar una historia en Pedrera y hablar de alguien que puede ser tu tío o primo y hacer con ello una marca del local y meterle la emoción para apelar los sentimientos, porque si no lo contamos nosotros no lo va a contar nadie. La Velá de Pedrera solamente la contamos nosotros.

H. M. *Sánchez*: Así es. Más aún cuando las nuevas tendencias informativas van en ese sentido y acercarse al ámbito local tiene plena acogida.

S. *Crespo*: Lo que sí es verdad que el trabajo que requiere hacer una historia de esas es el mismo para nosotros que para un periodista de un Medio de gran envergadura: echar la tarde con las personas y luego escribirlo como cuando un Medio se va a un desahucio, con la diferencia de que mi altavoz es más restringido y ellos tienen un ámbito mucho más amplio en la relación con el número de visitas y el tiempo que has echado no tiene nada que ver; quien se queda en el ámbito local quizás tiene más mérito por su trabajo sin la gran resonancia de audiencia o recepción.

H. M. *Sánchez*: Para finalizar, manifestar la importancia de la marca personal del periodista, así como el uso de guías o pautas para los profesionales del Periodismo sin ver limitada su capacidad de expresión. Al respecto, he realizado algunas publicaciones² y por ello pienso que en ningún momento se

² Puede accederse a los siguientes artículos y capítulos de libros : SÁNCHEZ GONZALES, Hada M. y MÉNDEZ MUROS, Sandra:

* “Nuevos medios, nuevos perfiles y conectividad emocional con la audiencia: los periodistas en la praxis profesional” en: *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Madrid, 2013, vol. 18, nº. 1, págs. 133-149:

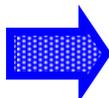
<<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/41720>>. [Consulta: 20-11-2016].

* “Las guías de uso de medios sociales: regularización periodística y calidad informativa”, en: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Madrid, 2015, vol. especial diciembre, nº. 21, págs. 143-154:

<<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/51136>>. [Consulta: 20-11-2016].

restringe la libertad del periodista, pues sólo son pautas de proceder, de avanzar y de saber moverse en un entorno que es distinto al televisivo y al escrito, Internet.

(Ir al inicio del Capítulo)



(Ir al Índice)



SÁNCHEZ GONZALES, Hada M.: “Brand Journalism and Personal Branding in Academia” en Cabrera, M. y Lloret, N.: *Digital Tools for Academic Branding and Self-Promotion*. IGI global, EE.UU, 2016, ISBN: 978-15-22509-17-2.

SÁNCHEZ GONZALES, Hada M.: “Regulación de la actividad periodística y perfiles profesionales: medios sociales y conectividad 2.0 con la audiencia” en SÁNCHEZ GONZALES, Hada M. (ed.): *Nuevos retos para el periodista. Innovación, creación y emprendimiento*. Tirant Humanidades. Valencia, 2016, ISBN: 978-84-16556-15-1.