

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



6  
de  
Información

# PROGRAMAS Y REVISTAS COFRADES

J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ (ed.)

J. ÁLVAREZ - L. BECERRA - S. BECERRIL  
M. CARMONA - A. J. CATALÁN - J. CRIADO - I. DÍAZ  
J. E. DURÁN - M. T. GARRIDO - J. GÓMEZ PALAS  
R. GUERRERO - P. GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO  
F. JIMÉNEZ BEJARANO - J. J. LEÓN  
A. LÓPEZ GÓMEZ - A. LÓPEZ HIDALGO  
J. L. MANFREDI - J. MEJÍAS - A. OCAÑA  
J. DEL RÍO - R. RÍOS - J. RUBIO - J. J. RUBIO PASTOR  
F. RUPÉREZ - G. SÁNCHEZ - V. TRINIDAD  
J. M. VEGA PIQUERES - J. M. VEGA LEAL

R. 7705

256  
pro

J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ (edición)  
J. ÁLVAREZ - L. BECERRA - S. BECERRIL  
M. CARMONA - A. J. CATALÁN - J. CRIADO - I. DÍAZ  
J. E. DURÁN - M. T. GARRIDO - J. GÓMEZ PALAS  
R. GUERRERO - P. GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO  
F. JIMÉNEZ BEJARANO - J. J. LEÓN  
A. LÓPEZ GÓMEZ - A. LÓPEZ HIDALGO  
J. L. MANFREDI - J. MEJÍAS - A. OCAÑA  
J. DEL RÍO - R. RÍOS - J. RUBIO - J. J. RUBIO PASTOR  
F. RUPÉREZ - G. SÁNCHEZ - V. TRINIDAD  
J. M. VEGA PIQUERES - J. M. VEGA LEAL



UNIVERSIDAD DE SEVILLA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
BIBLIOTECA

# PROGRAMAS Y REVISTAS COFRADES

1055871

PLIEGOS DE INFORMACIÓN  
Sevilla, 1998

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:*

Dr. José Álvarez Marcos, *secretario*.  
Dra. María Luisa Cárdenas Rica.  
Francisco L. Córdoba Berjillos.  
Teresa Garrido Conde.  
Antonia González Borjas.  
Dr. José Manuel Gómez y Méndez, *director*.  
Dr. Antonio López Hidalgo, *coordinador*.  
Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral.

© 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.: 84-921181-4-8.  
Depósito Legal: SE-744-98.

---

## Prólogo

**N**uevamente en contacto con el lector. Siempre es una responsabilidad entrar en relación impresa con el receptor de un mensaje. Y en este caso si es de contenido periodístico, más aún por cuanto de vivo está el ajeteo periodístico en los finales de un milenio<sup>1</sup>. Uno puede dudar en cuanto escribe al pensar si la receptividad es positiva o por el contrario sería negativa, habiéndose de aguardar a conocer los resultados tras mediciones pertinentes. Aunque esa actitud siempre será positiva si junto al Periodismo se juntan dos ingredientes, que en esta ciudad donde preparamos este libro, son de una dimensionabilidad inconcebibles: Sevilla y Cofradías; además mágicas de cara al exterior: Sevilla y Semana Santa...

Vivir en Sevilla es impregnarse de la realidad de múltiples facetas de una ciudad que no ha querido dejar de ser pueblo por opción en el latir de sus vivencias. En ella, comparte su andadura, como parte de la misma, la Universidad desde hace

---

<sup>1</sup> Amplísima es la bibliografía sobre temática periodística y la recepción de los mensajes, tras su elaboración informativa, en el final del siglo XX. No ha de dejarse de consultar las siguientes obras... CEBRIÁN, Mariano: *Información Radiofónica* (1994) e *Información Televisiva* (1998), Síntesis, Madrid. DURANDIN, Guy: *La información, la desinformación y la realidad*, Paidós, Barcelona, 1995. FONTCUBERTA, Mar de: *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Paidós, Barcelona, 1993. LÓPEZ, Manuel: *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*, Paidós, Barcelona, 1995. REIG, Ramón: *La información binaria. Emotividad y simplicidad en el Periodismo*, Gallo de Vidrio, Sevilla, 1994.

casí quinientos años (para el 2002 para unos según la cédula real/el 2005 para otros según la bula pontificia cumplirá esa quinta centuria)<sup>2</sup>, aunque en su nómina de estudios y formación se encuentren las Ciencias de la Información desde el curso 1989/90. Cuantos periodistas estuvimos ejerciendo dentro y fuera de las tierras andaluzas y decidimos poner nuestro futuro para formar a nuevas generaciones de periodistas, teniendo la responsabilidad de investigar las múltiples facetas del Periodismo como doble sostén de la vida universitaria (docencia e investigación), no tuvimos más que seguir la trayectoria de la Universidad de Sevilla desde 1502/1505: estudiar el entorno<sup>3</sup>. Y buscamos temas que enlazasen Periodismo y Sevilla. Fueron apareciendo variadas parcelas..., más de cara a ese venidero siglo XXI donde todo cuanto sea Periodismo se presenta con primer plano de atención. Y nos encontramos con un tema que era atendido con amplísima extensión por ser parte del latir y sentir sevillano: el Periodismo en torno a las Hermandades y Cofradías, que sin embargo no había sido atendido con la espacialidad de análisis y pautamientos necesarios. Y pusimos rumbo a su estudio con rigor y sistematización.

Bien es conocido el transcurrir de la vida sevillana en sus variados aspectos artísticos, musicales, arquitectónicos, jurídicos, ciudadanos, religiosos; en sí aspectos para producir la amalgama de un rica vida antropológica que es herencia de centurias... Cuando nos hallamos a las puertas de un nuevo siglo donde el valor periodístico será parte fundamental de una nueva dimensión comunicativa, cuando en el vivir sevillano se mantienen vivencias esenciales de un sentir ciudadano que trasciende las palpitations religiosas a través de sentimiento y convivencia, es cuando el estudio se hace necesario para el mejor conocimiento pautado y metodológico del entorno que nos ha tocado vivir. Poder conjugar Periodismo, Hermandades, Cofradías e Investigación produce un resultado final que son los "Encuentros sobre Información Cofrade" donde queda reflejado el hacer periodístico con distintos exponentes desde los Medios de Comunicación Social conocidos a través del papel impreso, de la radio, de la televisión y desde otros canales informa-

---

<sup>2</sup> AGUILAR PIÑAL, Francisco: *Historia de la Universidad de Sevilla*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 1991. En sus páginas 14/15 leemos: "Algunos historiadores dan la fecha de 1502, por ser éste el año de la real cédula de los Reyes Católicos que autorizaba al Cabildo municipal a establecer en la ciudad un Estudio General. Otros prefieren retrasarla a 1505, año de la primera Bula del Papa Julio II, o a 1508, año de la segunda. Incluso hay quienes la fijan en 1518, con la apertura del Colegio en 1551, en que éste recibe el privilegio municipal de 1502; o en 1621, fecha de los primeros estatutos con aprobación regia".

<sup>3</sup> La Ley Orgánica 11/1983, de Reforma Universitaria, BOE número 209 de 1 de septiembre, bien lo especifica en su articulado (puede encontrarse en EMBID IRUJO, Antonio -ed.-: *Legislación universitaria*. Tecnos, Madrid, 1990 -3ª ed.-). Y la Universidad de Sevilla asimismo lo concreta en sus Estatutos de 1988, reformados en 1995 (impresos por el Servicio de Publicaciones de la misma Universidad, 1995).

tivos de tanta importancia como son los Boletines de Hermandades, estudiados en diciembre de 1996 con publicación en 1997, los Programas Cofrades, cuyos análisis se acometieron en diciembre de 1997 con libro en 1998<sup>4</sup>, los Carteles de Cultos o las Páginas en Red (como serían las conocidas Páginas Web en Internet)<sup>5</sup>.

Tenemos en las páginas siguientes el resultado de cuanto se dijo y expresó en el desarrollo del "III Encuentro sobre Periodismo Cofrade", organizado por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información<sup>6</sup> con el patrocinio de Caja San Fernando y las colaboraciones de la Asociación de la Prensa, de la Asociación para el Progreso de la Comunicación, del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Extensión Cultural de la Universidad de Sevilla y del Programa de Doctorado "La Información en Prensa, Radio y Televisión" del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Literatura de la indicada Universidad. Su contenido está referido, como el propio título del libro indica, a los Programas y Revistas Cofrades. En su momento, cuando transcurría el curso 1994/95, y decidimos efectuar una investigación quinquenal dentro del II Plan Andaluz de Investigación, nos planteamos el tema de la Información Cofrade no como una sencilla actividad con proyección social, sino como un quehacer universitario donde

---

<sup>4</sup> El libro que ahora tiene el lector en sus manos.

<sup>5</sup> Medios no estudiados; serán objeto de ello en próximos "Encuentros" con las consiguientes ediciones posteriores.

<sup>6</sup> Se formó en noviembre de 1991 dentro del 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 y reformados por el Decreto 152/1995). Hasta el 30 de noviembre de 1997 le integraban (por orden alfabéticos de apellidos y primero los doctores): José Álvarez Marcos, José Manuel Gómez y Méndez, Antonio López Hidalgo, Juan Luis Manfredi Mayoral, Pastora Moreno, Manuel Ponce Ruiz, Ramón Reig, Mariano Belenguer Jane, Francisco Luis Córdoba Berjillos y María Teresa Garrido Conde. Desde el 1 de diciembre de 1997 (también por alfabético de apellidos y primero los doctores): José Álvarez Marcos, María Luisa Cárdenas Rica, José Manuel Gómez y Méndez, Antonio López Hidalgo, Juan Luis Manfredi Mayoral, Francisco Luis Córdoba Berjillos, María Teresa Garrido Conde y Antonio González Borjas. Con motivo de la convocatoria de ayudas para grupos investigadores, efectuada por la Junta de Andalucía, el profesor Reig y la profesora Moreno formaron, junto a otras personas, el Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación y el profesor Belenguer se integró en el ya existente Grupo de Investigación de Análisis del Discurso Periodístico. Se halla incluido dentro del Plan Andaluz de Investigación, habiéndolo estado en el primero y encontrándose actualmente en el segundo. Pertenecía a la Red *Universo Audiovisual del Niño Latinoamericano*, cuya "Declaratoria" constituyente fue firmada en La Habana en diciembre de 1991, formando parte de la misma investigadores de Cuba, Brasil, México, Perú, Uruguay, Venezuela..., estando coordinada por el profesor cubano Pablo Ramos Rivero, director del Centro de Estudios Sociales "Raúl Yelsin" perteneciente al Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográfica (ICAIC); ha estado como único representante por parte española hasta diciembre de 1997, pues a partir de esa fecha también se ha integrado en la misma el naciente Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación.



el rigor y la sistematización habían de imperar<sup>7</sup>. Pensamos diversos métodos de trabajo... En vez de ir a entrevistar a los protagonistas y buscar los datos en fuentes primarias, consideramos que ningún método mejor que el recoger cuanto fuese necesario de cara a cuantas personas quisieran ser testigos del trabajo del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información a través de unos "Encuentros" anuales y posteriormente ir publicando cuantos materiales poseyésemos... Ya están ahí dos volúmenes con los nombres de *Periodismo y Cofradías y Boletines de Hermandades*<sup>8</sup>. Ahora, *Programas y Revistas Cofrades*.

Y aún nos quedan dos años para concluir el plan quinquenal. ¿Sobre qué tratarán los próximos "Encuentros" -el IV y el V- y posteriormente los libros...? No podría concretarlos ahora, aunque sí en líneas anteriores quedan reflejados diversos Medios no estudiados, quedando asimismo distintos aspectos periodísticos en torno a las Hermandades y Cofradías por analizar para al final llegar a elaborarse unas conclusiones como resultado de un trabajo realizado con suma satisfacción. Todavía hay que reunir opiniones plurales y de diversas procedencias...

Al inicio, allá en 1995, tuvimos silencio por respuesta en más de un espacio al que acudimos, existiendo quien no creyó en nuestra investigación. Los responsables y compañeros de los Medios Impresos y Audiovisuales, así como diferentes directivos de distintas Hermandades, siempre consideraron válidas las pretensiones nuestras para llevar adelante el proyecto investigador, dándonos toda clase de facilidades y alientos. Hay que destacar por encima de todos el magnífico apoyo, por el talante de sus dirigentes, de Caja San Fernando, toda vez que sin su sostén patrocinador no hubiésemos podido ir materializando nuestros pasos. Son dos mil ejemplares los que ya imprimimos de cada volumen para su distribución gratuita hasta agotarse. Y todo vuela por diferentes caminos... Para mayo de 1998, en Bilbao, se celebrará el V Congreso y Asamblea de la Sociedad Española de Periodística, actualmente presidida por el profesor doctor Manuel Fernández Areal<sup>9</sup>, estando la profesora doctora Ofa Bezunartea<sup>10</sup> como secretaria, con el tema general de "*Periodismo y promoción cultural*". Más allá de las fronteras andaluzas ha trascendido ya el trabajo

---

<sup>7</sup> Para conocer sobre las motivaciones y causas de la elección del tema de Información Cofrade, puede acudirse a los "Prólogos" que escribí a los libros *Periodismo y Cofradías y Boletines de Hermandades*, ambos editados por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, con el patrocinio de Caja San Fernando, en Sevilla en 1996 y 1997, respectivamente.

<sup>8</sup> Ambas obras ya han sido referenciadas en la nota anterior.

<sup>9</sup> Es catedrático de la Universidad de Vigo, siendo decano de la Facultad de Ciencias Sociales (solamente se imparte la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas) con sede en Pontevedra; con anterioridad desempeñó el cometido de decano en la Facultad de Ciencias de la Información de La Láguna.

<sup>10</sup> Catedrática en la Universidad del País Vasco y actual directora del Departamento de Periodismo II de la expresada Universidad.

que el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información viene efectuando sobre Periodismo Cofrade. Y para dicha actividad en tierra vasca, me ha sido solicitada una ponencia sobre la Información Cofrade, lo cual efectuaré con sumo agrado; tendrá como título “Una aproximación a la cultura popular: el Periodismo Cofrade en Andalucía”.

Sabido es que en Sevilla capital tenemos un total de 161 hermandades (60 de penitencia, 54 de gloria y 47 sacramentales) y en la diócesis sevillana, cuya equivalencia es la misma que la demarcación política de la provincia, 540 hermandades incluidas las de la sede diocesana<sup>11</sup>. El 8 de diciembre de 1997, con toda solemnidad en el templo catedralicio, el arzobispo de Sevilla, monseñor Carlos Amigo Vallejo, entregó al presidente del Consejo General de Hermandades y Cofradías de Sevilla, Antonio Ríos Ramos, las nuevas Normas Diocesanas de Hermandades y Cofradías, las cuales de seguro incidirán en su transcurrir próximo y por consiguiente en el hecho periodístico en torno a las mismas. Si consideramos que los periodistas han de ser transmisores de aquellos hechos protagonizados socialmente... o que puedan interesar a los ciudadanos, ¿cómo no informar de una actividad donde en su proyección externa participan 44.600 personas durante ocho días, aparte de tener como testigos, participadoras u observadoras a miles y miles...?<sup>12</sup> Por supuesto que tal movimiento humano ha de generar un Periodismo de tal fuerza, que estudiarlo, nos sirve para conocer un aspecto en torno a las Hermandades y Cofradías, aparte de descubrirnos otros ángulos sobre las mismas, ayudándonos a comprenderlas. Recientemente declaraba monseñor Amigo Vallejo, que se encuentra en Sevilla desde mayo de 1982: “Debo decir que yo a las hermandades no las comprendo, pero las quiero. No las comprendo, pero no en el sentido de que sean muy complicadas, sino porque las hermandades tienen un mundo detrás muy grande y hay que conocerlas”<sup>13</sup>. Y en ello estamos, al menos desde el aspecto periodístico...

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

*Universidad de Sevilla, marzo de 1998.*

<sup>11</sup>Serían 379 en los pueblos de la diócesis, pues ya quedan indicadas las de la capital.

<sup>12</sup>El total está obtenido de la suma de los datos que, por cada Cofradía, ofrecía el Programa de 1997 de *El Mundo*: Domingo de Ramos, 7.750 nazarenos; Lunes Santo, 6.000; Martes Santo, 6.500; Miércoles Santo, 6.750; Jueves Santo, 3.850; Viernes Santo, en la madrugada, 8.000, y en la tarde, 3.600; Sábado Santo, 1.900, y Domingo de Resurrección, 250 nazarenos.

<sup>13</sup>Declaraciones de monseñor Carlos Amigo Vallejo a la periodista Carmen Amorín en el quincenario *Casco Antiguo*. Páginas 24 y 25 del número especial con motivo del primer aniversario, distribuido conjuntamente con el número 23 correspondiente al 18/29 de diciembre de 1997.



# III ENCUENTRO SOBRE I N F O R M A C I O N

ORGANIZA: EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE ANÁLISIS Y TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN, UNIVERSIDAD DE SEVILLA.  
COLABORA: ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE SEVILLA.  
EN COLABORACIÓN CON LA ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LA COMUNICACIÓN, VICERRECTORADO DE RELACIONES INSTITUCIONALES Y EXTENSIÓN CULTURAL Y EL PROGRAMA DE DOCTORADO "LA INFORMACIÓN EN PRENSA, RADIO Y TV" DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD, PERIODISMO Y LITERATURA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA.  
LUGAR: SEVILLA, 9, 10, 11 DE DICIEMBRE DE 1997. SALÓN DE ACTOS SALA DE PROYECCIONES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN.

Reproducción del cartel del  
"III Encuentro sobre Información Cofrade".

---

## Introducción

**E**l acto de apertura del «III Encuentro sobre Información Cofrade» se desarrolló en la tarde del día inicial, el 9 de diciembre de 1997, a las 17.30 horas, en el salón de actos/sala de proyecciones de la Facultad de Ciencias de la Información que había sido cedido en uso al Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla como organizador de la actividad con el patrocinio de Caja San Fernando. En la mesa presidencial se sentaron, desde el centro y de derecha a izquierda según las normativas protocolarias, Soledad Becerril Bustamante, alcaldesa de Sevilla; José María Vega Piqueres, vicerrector de Investigación de la Universidad de Sevilla; Juan del Río Martín, delegado episcopal de Pastoral Universitaria; Patricio Gutiérrez del Álamo, presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla; Ricardo Ríos, presidente de la Asociación para el Progreso de la Comunicación, y José Manuel Gómez y Méndez, director del «III Encuentro» y del Equipo de Investigación organizador. Todos pronunciaron unas palabras de amplio contenido y hondo significado dentro de la actividad que comenzaba.

En la edición de *Periodismo y Cofradías*<sup>1</sup> se publicaban como capítulos 1, 2 y 3 las intervenciones de Santiago Sánchez Traver, Antonio Serrano Gálvez y So-

---

<sup>1</sup> AA. VV. (ed. de J. M. Gómez y Méndez): *Periodismo y Cofradías*. Ed. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla con el patrocinio de Caja San Fernando, Sevilla, 1996, 114 págs.

ledad Becerril, presidente de la Asociación de la Prensa, director general de Comunicación Social de la Junta de Andalucía y alcaldesa de Sevilla, respectivamente (los dos primeros ya no desempeñan los cargos indicados); las tres se produjeron en el acto de apertura del «I Encuentro sobre Información Cofrade». Al plantearnos la edición de *Boletines de Hermandades*<sup>2</sup>, con cuanto se expresó en el «II Encuentro sobre Información Cofrade», apreciamos que varios textos de las intervenciones en la sesión de apertura, eran cortos para tener un capítulo individual, decidiéndose unirlos en la “Introducción” del volumen de cara a la edición.

Igual nos ha acontecido cuando hemos tenido las palabras de todos los intervinientes en el “III Encuentro sobre Información Cofrade”, transcritas amablemente por María Luisa Cárdenas y Antonia González Borjas, miembros del Equipo Investigador organizador, y por Esther Gómez Suárez, Patricia Lupiáñez y María Teresa Cortes, estudiantes de Tercer y Segundo Ciclo de Ciencias de la Información. Apreciamos que teníamos diversos textos que se quedaban cortos para tener la individualidad de un capítulo y volvimos a decidir, como en *Boletines de Hermandades*, formar una “Introducción” con los mismos, perteneciendo casi todos al acto de apertura<sup>3</sup> y a la intervención de Adolfo López Gómez en el panel “Las Revistas y Programas Cofrades vistos desde las hermandades”. De todos se han quitado las palabras iniciales de gratitud y reconocimiento a la organización y a los responsables de la misma, así como el saludo a los asistentes, con la finalidad de no hacer reiterativa la lectura. Y sus nombres sí se han incluido en cubierta y en portada junto a los restantes autores para que así tengan el realce que merecen dentro de una obra conjunta.

## INFORMACIÓN Y FORMACIÓN

**Ricardo Ríos**, periodista, presidente de la Asociación para el Progreso de la Comunicación, manifestó:

*La continuidad es muestra de éxito. Todo lo que tiene continuidad es porque interesa. Es indudable que este Encuentro sobre Información Cofrade interesa, de ahí su continuidad, el hecho de que alcance con ésta su tercera edición. Por eso, mis primeras palabras han de ser de felicitación a sus organizadores, que, una vez*

---

<sup>2</sup> AA. VV. (ed. de J. M. Gómez y Méndez): *Boletines de Hermandades*. Ed. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla con el patrocinio de Caja San Fernando, Sevilla, 1997. 148 págs.

<sup>3</sup> Las palabras pronunciadas por la alcaldesa de Sevilla, Soledad Becerril, y por el delegado episcopal, Juan del Río, figuran en los capítulos 1 y 22 de este libro; las ideas de cuanto dijese el profesor Gómez y Méndez quedan reflejadas en el «Prólogo» de este volumen.

más, dan muestra de su sensibilidad con las cosas de Sevilla, con su cultura, y en este caso, con su religiosidad, popular.

*Que la Universidad abra sus puertas a la Información Cofrade, de la mano de cualificados profesionales, como son los que intervienen el Encuentro, debe ser motivo de satisfacción para todos. Así, al menos, lo consideramos desde la Asociación para el Progreso de la Comunicación, porque entendemos la comunicación y su progreso como un hecho global que aglutina múltiples facetas. No cabe duda de que, en esta Sevilla nuestra, el mundo de las Hermandades y Cofradías es una faceta principal en la configuración del ser y sentir sevillano. Faceta que se mantiene durante todo el año, pero que se pone especialmente de relieve llegada la Cuaresma para hacer explosión festiva cuando ya el azahar ha florecido en nuestros naranjos y las calles se inundan de olor a incienso y cera quemada.*

*He dicho anteriormente, por qué la Semana Santa en Sevilla es una fiesta de íntimo convencimiento religioso, aunque sea manifestación extrovertida y abierta que, a ojos de algunos, pueda parecer una fiesta profana. No lo es. Lo leía hace tan sólo unos días a un ilustre periodista, de cuyo nacimiento se acaban de cumplir cien años. Me refiero al fundador de ABC de Sevilla, don Juan Ignacio Luca de Tena, quien defendía que nuestra Semana Santa no es una fiesta profana, "acaso -escribía- lo sea para los forasteros, para los extranjeros. Para los sevillanos no puede serlo porque no son espectadores, sino actores; ministros de un rito que en su Fe, en su respeto, en su devoción y en su veneración por los siete días litúrgicos, empiezan por cambiar el adjetivo con que se califica a esta semana en el orbe católico y la llaman Semana Mayor".*

*Así es, nuestra Semana Mayor es nuestra Semana Grande, la Semana Mayor, y hay que vivirla en todos sus detalles, con puntualidad, sabiendo cuál es la calle y a qué hora se produce el milagro de que el palio no roce ni un varal con los balcones que parecen que le impiden su paso. Y hay que saber qué banda de música acompaña al paso del misterio. Y hay que conocer el estreno de la hermandad, y el exorno floral de sus pasos y aquel punto en el que se oirá la saeta o en el que habrá una lenta "revirá", al son de la marcha procesional, gracias al buen trabajo de los hermanos costaleros que manda tal o cual capataz. Todo esto lo demanda el sevillano. Y todo esto, y mucho más, lo encuentra en los detallados programas cofradieros, que han dejado de ser "Er programa", horario e itinerario de las cofradías, para ser un manual de consulta -no importa el tamaño, ni su configuración- imprescindible para vivir bien, paso a paso, chicotá a chicotá, nuestra Semana Mayor.*

*Está más que justificado que el III Encuentro sobre Información Cofrade se dedique a los Programas y tengan como protagonistas a las personas que lo hacen posible y a las que les debemos, por ello, reconocimiento y gratitud. Esos progra-*

*mas forman parte de la información y de la formación necesaria para adentrarse y comprender lo que es la Semana Santa de Sevilla. De ahí el interés de este Encuentro que, estoy seguro, será gratificante para todos y especialmente para quienes valoramos lo que significan los siete días santos que, en Sevilla, conforman nuestra Semana Mayor.*

## PUNTUALIDAD Y VALIDEZ

**Patricio Gutiérrez del Álamo**, periodista, presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla y de la Federación de Asociaciones de la Prensa Andalucía (FAPA) y vicepresidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE):

*Para la Asociación de la Prensa de Sevilla, estamos siempre agradecidos de estar aquí pero estamos, entre otras cosas, porque pensamos que es nuestra obligación, estar en esta actividad sobre Información Cofrade. Ya llevamos tres años colaborando y llevamos tres años con muchísima satisfacción porque comprobamos día a día y comprobamos año a año, que no tiene sentido hacer unas jornadas únicas sobre Información Cofrade porque da tanto de sí la Semana Santa como fenómeno, independientemente de su carácter religioso, es decir, da tanto de sí desde el punto de vista de la información que se puede parcelar y se pueden hacer infinidad de jornadas como iremos comprobando a lo largo de los años. En esta ocasión, nos detenemos en un aspecto importantísimo de la comunicación de la Semana Santa porque sin programa de mano seguramente todos esos momentos que ha relatado magníficamente Ricardo Ríos estarían muy lejos de nuestro alcance, es decir, no llegaríamos a tiempo a los sitios. Los programas de mano que cada vez más dejan de ser programas de mano y pasan, como bien decía Ricardo, a ser auténticas enciclopedias, se van de las manos. Nosotros tenemos la experiencia en el medio en el que yo trabajo, en Canal Sur Radio, donde hacemos un programa que se llama "El Llamador", que muchos de ustedes conocen, y que literalmente se va de las manos. Cada año se imprimen más ejemplares porque realmente es un fenómeno importantísimo en cuanto a que la gente lo requiere y la gente está haciendo cola en los puntos que sabe que se va a entregar, el día en el que se va a entregar, y se nos va de las manos porque la gente quiere tener cuanto mayor información mejor, y en este sentido "El Llamador", yo no digo que fuera pionero, pero desde luego incorporó una serie de datos que hacían del programa algo mucho más extenso que lo que era un simple itinerario de las cofradías.*

*Sin el programa de mano, seguramente la Fiesta Mayor, la Semana Santa, no sería tan lucida, no tendríamos la información puntual que requiere una fiesta, una semana como ésta. Como se verá a lo largo de este Encuentro hay muy variados programas de mano y además con muy distintos ámbitos. Los hay desde el que es un simple itinerario publicado impreso desde una casa comercial, hasta los que*



*no paran de aportar datos sobre cada una de las cofradías y cada vez más datos. Todos ellos tienen validez como Medio de Comunicación y para analizarlos tenemos esta actividad. Yo creo que es muy importante que estas jornadas tengan continuidad y desde luego la Asociación de la Prensa de Sevilla, al menos mientras yo la esté presidiendo, y supongo que la persona que me suceda a mí en breve también estará de acuerdo en que estas jornadas deben continuar. La Asociación de la Prensa de Sevilla siempre apoyará este tipo de jornadas, este tipo de estudios que siempre conducen a algo y si no, no hay más que esperar a que salga el correspondiente libro en el que se podrá leer todo lo que se debata aquí.*

## DIÁLOGO Y ESTUDIO

**José María Vega Piqueres**, vicerrector de Investigación de la Universidad de Sevilla, transmitió las congratulaciones de rector hispalense, Miguel Florencio Lora, ante el “Encuentro” y expresó:

*Es para mí un año más una satisfacción estar aquí, en representación del señor Rector de la Universidad, para la sesión inaugural. A mí me gustaría destacar el “III Encuentro sobre Información Cofrade”, como parte de un plan quinquenal de actuación, que viene organizando el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, dentro del “II Plan Andaluz de Investigación”, no se trata sobre todo de una sencilla actividad cultural, apoyada como tal por el Programa de Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Extensión Cultural, sino que también obedece a un estudio riguroso, desde el análisis certero y la reflexión científica, de un tema cuya trascendencia social en Sevilla está fuera de toda duda. Me parece sumamente positivo que hermanos mayores, cofrades y periodistas en general, dialoguen y estudien sobre el tema de la Información Cofrade. Este año se ha elegido concretamente las “Revistas y Programas Cofrades”, que tanta difusión tienen no sólo en Sevilla sino también fuera de ella. Para qué sirven, cómo son, y otros aspectos se verán durante tres tardes en paneles y mesas redondas. Bienvenidos al foro de debate.*

*Yo estoy seguro de que las conclusiones resultantes de esta reunión serán muy positivas y aportarán una información hasta ahora inédita en Sevilla y su mundo cofrade. Ahí está ya el aporte de los dos encuentros anteriores, de donde resultaron las publicaciones “Periodismo y Cofradías” y “Boletines de Hermandades”, donde se aprecia la trascendencia social de la Información Cofrade.*

*Finalmente quiero agradecer a cuantas personas hacen posible este Encuentro y su compromiso con la Universidad y con la sociedad, por la organización del mismo. Estoy seguro de que nos veremos de nuevo en la presentación del libro resultante.*

## RENOVAR DESDE LA PRENSA

**Adolfo López Gómez**, teniente de hermano mayor de la Fervorosa Hermandad Sacramental y Cofradía de Nazarenos del Santo Cristo del Desamparo y Abandono y Nuestra Señora de los Dolores, pidió disculpas por la ausencia del hermano mayor de su Hermandad, Francisco Carrera Iglesias, que tuvo un imprevisto que no le permitió acudir. Y dijo:

*Quisiera aprovechar la ocasión para reseñar algunos aspectos, en mi opinión, importantes, de la Prensa Cofrade. Primero, analizar si se está haciendo verdaderamente Periodismo Cofrade en Sevilla. Creo que se pasa muy fácilmente de la adoración y de la veneración a una Hermandad y Cofradía a la crítica despiadada que, muchas veces en Sevilla, supone la ignorancia o el no querer adentrarse verdaderamente en lo que es el trabajo diario de una Hermandad que puede llegar, incluso, a ser cruel. Los estudiantes de Periodismo tienen en sus manos la posibilidad de renovar la Semana Santa también desde la Prensa. Creo que éste es un factor muy importante porque la Semana Santa refleja el sentimiento más puro de lo que es Sevilla, su pasión y su entrega altruista hacia un sentimiento, y la única manera de llevarlo a cabo es conociendo a fondo lo que hace una Hermandad día tras día. Lo que se viene haciendo hasta ahora resulta muy superficial, año tras año se queda en los estrenos de cada cofradía, en la ropa que pueda o no llevar una imagen, en los nuevos titulares porque se han tallado o se han restaurado, que una banda ha cambiado de Hermandad o que tal capataz tuvo una trifulca el año anterior y se pasa a otra. Yo no creo que esto sea lo que interesa realmente, pero creo que lo que la prensa ofrece es lo que, a la larga, la sociedad va a demandar y es en eso tenéis una misión fundamental, que puede salir de la futura Prensa -hoy en esta sala a través de sus futuros profesionales- que es el adentrarse verdaderamente en lo que una Hermandad hace a diario: la convivencia, la formación de los jóvenes, su labor asistencial con los mayores..., y toda una serie de garantías de futuro que son lo que al final mantiene a una Hermandad con vida. Desde un punto de vista de autocrítica, probablemente las hermandades que no renueven su espíritu y no se convoquen en torno a una labor asistencial, estén destinadas a morir.*

## Conocer y sentir cariño \*

---

*Soledad Becerril Bustamante \*\**

---

**C**reo que celebrar estos Encuentros y en concreto la celebración de este Encuentro, el tercero, es importante e interesante por varios motivos que voy a tratar de explicarles a ustedes. A mi me gustaría que la ciudad -hablo casi siempre en nombre de la ciudad y pensando en ella- tuviera una magnífica información en materia de cofradías; es decir, que desde Sevilla se diera, se emitiera una magnífica información en materia de cofradías y que las personas que la siguen y aquellas que no pueden por cualquiera de múltiples motivos, puedan tener una magnífica información.

La ciudad tiene fama de muchas cosas; de ser una ciudad donde se puede ver la convivencia de distintas culturas; donde si se quiere ver el Barroco, el Barroco andaluz, ese barroco que luego va a América, se puede venir a Sevilla, igual que si se quiere ver el Romanticismo español se puede ver en Sevilla. ¡Hay tantas cosas que se pueden ver en Sevilla! Si se quiere ver la Semana Santa y si se quiere seguir la Semana Santa, no sólo verla, sino seguirla, se puede hacer escuchando una emisora sevillana o leyendo un periódico o un Boletín hecho aquí. Y por qué, pues porque los profesionales son magníficos. No solamente para tener una magnífica información hay que conocer los términos y hay que emplear bien los términos y el vocabulario y conocer de qué se está hablando, sino que hay que saber también y

---

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

\*\* Alcaldesa de Sevilla.

hay que sentir lo que se está viendo o se está tratando de transmitir o de informar. Hay que saber cuál es el objetivo de esa Hermandad o de esa Cofradía, qué quiere con esa demostración que hace, bien en la casa o bien en la calle. Hay que saber todo eso y hay que sentirlo, que percibirlo e intentar transmitirlo; no basta solamente con conocer los términos. Sin embargo creo que el Periodismo necesita profesionales especializados y un profesional especializado no quiere decir que toda su vida se dedique a hacer Periodismo Económico o Periodismo dedicado a la Cultura pero que cuando trabaje en ello y se ponga a hacer Información Cultural, aunque sea por un periodo pequeño de tiempo, que sepa lo que está haciendo, conozca ese mundo y los problemas que rodean ese mundo, que conozca la terminología, que sepa las sensibilidades que existen, las corrientes culturales, que sepa los términos, conozca las vanguardias, que sepa lo que había en el pasado.

Hoy en el Periodismo pasa como en otras profesiones, que se encuentra uno con muchas personas que son tituladas pero que no acaban de conocer el tema para el que están trabajando, no acaban de dominar la materia y hacen informaciones que no son precisas, que no son correctas y que son superficiales. Si la información económica no es correcta es una catástrofe, si la información en materia de impuestos no es correcta no hay quien entienda nada porque si la materia impositiva o fiscal es complicada de por sí, si además no se domina, por parte de la persona, periodista o no, que está escribiendo, no puede transmitir nada. En materia económica, un periodista que no comprenda y sepa bien lo que es el impuesto de actividades económicas y cómo funciona no podrá conseguir con sus informaciones que el lector comprenda por qué baja o sube ese impuesto o cuál es su funcionamiento. En mi opinión, algo parecido ocurre con la Información Cofrade. Hay que saber de lo que se está hablando y hay que sentir cariño y amor sobre lo que se está tratando. Yo creo que son los dos puntos esenciales para hacer una buena información en esta materia y creo también que hay mucho tópico en la Información Cofrade retransmitida o escrita. Si sólo se conoce una Hermandad, y no sabe qué quiere, cuáles son los objetivos, los estatutos y las reglas de cada una de las mismas. Si se desconoce lo que cada Hermandad persigue, la actitud que tienen los hermanos, qué tipo de vida lleva cada una, seguramente se creará que todas las hermandades son parecidas porque no hay datos suficientes para compararlas. Así, un palio se parecerá mucho a otro y una Virgen se parecerá mucho a otra porque no hay nada más en esa información. Lo importante, lo difícil, como en casi todo, es adentrarse, trabajar, esforzarse, prepararlo, buscar los antecedentes, indagar, aproximarse a la Hermandad, conocerla, tratar con los hermanos. Todo eso es un trabajo y un esfuerzo que hay que hacer y un tiempo que hay que invertir. Pero cuando las cosas se hacen con sensibilidad y con cariño y con amor en este caso, lo sembrado da sus frutos y la información es bien distinta.

Espero que tengamos muchos y magníficos informadores y que Sevilla no sólo sea la ciudad donde se ve una extraordinaria Semana Santa y donde se vive una

Semana Santa distinta a la de otras ciudades sino que, en un momento determinado, podamos llegar a ser la ciudad donde se informa mejor sobre la Semana Santa. Y yo creo que con ustedes especializándose en esas retransmisiones y en este tipo de información lo podremos lograr.

A mí me gusta mucho aunque sea unos instantes nada más, el contacto con futuros y futuras informadores y les deseo que les vaya muy bien en este Encuentro y en su carrera. Como alcaldesa me gustaría que todos ustedes fuesen gente muy culta y grandes especialistas en los temas que elijan pero que puedan especializarse en su información y que la juventud de Sevilla sea una juventud muy culta y muy competente. Creo que en Andalucía nos falta bastante en materia de Educación, lo digo en plural, en general, porque en algunas universidades españolas que conozco y en otras cuantas que he tenido la ocasión de visitar en el extranjero, he visto que la competencia es cada vez mayor y que el estudio, no sólo es más duro o más fuerte sino que las especializaciones son enormes, las bibliotecas son magníficas, la investigación es excelente y el afán de los alumnos crece enormemente. Me gustaría que en la Universidad de Sevilla todo fuera así, me gustaría que tuviéramos una magnífica Universidad, como estoy segura que tenemos unos magníficos estudiantes y profesores.



---

## Capítulo 2

---

### El Programa de ABC \*

---

*José Joaquín León Morgado \*\**

---

**A**BC de Sevilla se fundó en 1929 y desde sus inicios ha dedicado una amplia información a la Semana Santa sevillana. Sin embargo, a lo largo de los años, se aprecia una evidente evolución en la información cofradiera y también en lo que concierne a los programas de Semana Santa.

Si repasamos la hemeroteca de los periódicos de los años anteriores a la guerra civil y de la posguerra, hasta bien entrada la década de los cincuenta, veremos que se ponía más interés en informar de la Semana Santa a posteriori que a priori. Es decir que si, por ejemplo, consultamos un periódico de un Martes Santo de aquellos años, nos encontraremos con información más o menos amplia -pues variaba bastante según los años- de las cofradías que el día anterior acudieron en estación a la Catedral. Pero el programa de las que salían esa tarde -en este ejemplo las de un hipotético Martes Santo-, era muy conciso, mínimo, casi simbólico. Se limitaba apenas a reproducir el horario de salida, llegada a la Campana, la plaza de San Francisco, la Catedral y la entrada y, si acaso, el itinerario. Pero en aquellos años resulta imposible encontrar cualquier referencia a capataces, bandas de música, estrenos y otras cuestiones que ahora son habituales.

---

\* Intervención tenida en el panel "Los Programas de los periódicos" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Subdirector de ABC.

En 1963 se publica el primer cuadro de horarios en *ABC*, con el formato actual, que luego se haría popular. En 1964 ya tenía la denominación de «*Situación aproximada de las cofradías según horario e itinerario*».

En los años sesenta ya se publicaban más datos y hay un precedente del programa. Empieza a informarse sobre quienes son los capataces, bandas de música, autores de las imágenes, estrenos y algunas observaciones. Más adelante, ya en los años setenta se publican esos datos con intención de que la página pueda ser recordada y guardada en el bolsillo, como ya hacían algunas personas con los horarios. Así, en una página impar se incluían los datos sobre cada una de las cofradías, ampliados en relación con la década anterior, y en la página par consecutiva la situación aproximada de horarios e itinerarios. De esta forma, en una sola hoja se tenía lo más sucinto de lo que podía verse en ese día de Semana Santa.

La denominación de origen, «*El Programa de ABC*» empieza a utilizarse en 1985. Por entonces me había sido encomendada su realización y pude poner en práctica algunas ideas que tenía para mejorarlo. La principal fue aprovechar el formato del periódico para ampliar la información. El programa pasó de dos a cuatro páginas y se incluyó en cuadernillo central del periódico. Esto permitía aumentar considerablemente los datos sobre cada una de las cofradías, incluyendo todos los detalles referidos a los pasos y sus autores, así como otras informaciones complementarias. Por otra parte, aún sabiendo la dificultad que esto entraña, por los retrasos y otras circunstancias, intenté ajustar más los horarios a la realidad, ya que en los años anteriores tenían un cierto desfase. Con este formato de cuatro páginas, se seguía manteniendo lo esencial de los tiempos anteriores: el programa se podía recortar fácilmente, doblarlo y guardarlo en el bolsillo, pero al tiempo se ampliaba información.

En los años sucesivos, «*El Programa de ABC*» fue perfeccionándose en esa misma línea. La línea básica actual es que cambie todos los años, para diferenciarlo de las copias e imitaciones, pero sin que se note demasiado; es decir, manteniendo las características de sencillez que son la base de su éxito. De esta forma, fue ampliado a ocho páginas en cada uno de los días comprendidos desde el Domingo de Ramos al Miércoles Santo; dieciséis el Jueves Santo, incluyendo el de la Madrugada, y doce el Viernes Santo con este día y con el del Sábado. La inclusión en las páginas centrales del periódico, como cuadernillo separable, con numeración independiente, permitió esta ampliación y una mayor vistosidad, con una gran foto en color en las páginas centrales, así como más datos y detalles cofradieros, con comentarios y observaciones sobre los aspectos más destacados.

El propósito de este programa es darle a la persona que está viendo la Semana Santa todo aquello que necesita, lo que podría preguntarse en un momento determinado. Intentamos ponernos en el lugar de la persona que está viendo las cofra-

días. ¿Qué me puede interesar saber, si estoy sentado en una silla de la carrera oficial o en cualquier calle sevillana? A esta pregunta intenta responder el programa con su información. Me puede interesar conocer el número de nazarenos, los autores de las imágenes, qué representa el paso, los capataces, el número de costaleros, la antigüedad histórica de la Cofradía, cuáles son sus estrenos, cuál es la Banda de Música que la acompaña, las flores de los pasos, las curiosidades y observaciones que pueda haber... Y, por supuesto, los horarios e itinerarios más aproximados posibles.

Hacer un programa de Semana Santa con la extensión, profundidad y rigor del que presenta *ABC* tiene dificultad y, sobre todo, mucho trabajo. La base de su éxito está en facilitar muchos datos en poco espacio. A lo largo de cada día se aportan miles de datos, muchos de ellos complicados de obtener, porque las propias cofradías no lo saben o no los quieren dar con demasiado detalle. Por ejemplo, ahora hay algunas -pocas- que por cuestiones fiscales son reacias a detallar los autores de sus estrenos. Otras quieren engordar su número de nazarenos para aparentar que tienen más de los que realmente salen. Las flores se cambian a veces sobre la marcha, y los lirios son sustituidos por claveles o viceversa, sin que se enteren los propios hermanos hasta que llegan a la iglesia.

Todo esto hace que algunos errores sean inevitables en cualquier programa. Claro que hay diferencias, que la dan el rigor y la seriedad en el contraste de los datos. En el caso concreto del que se publica en *ABC* se cuida mucho y se aportan muchísimos datos, con un porcentaje de error mínimo. Además se aguanta hasta última hora y, en ocasiones son incluidas novedades del día antes. Por contra, nos encontramos otros que se hacen con mucha antelación y poco rigor informativo, reproducen los itinerarios y otros datos del año anterior, e incluyen mal hasta algunas iglesias de las que salen las cofradías, por lo que no sólo no informan, sino que confunden. En este sentido hay quienes opinan que también cumplen una importante función, porque al favorecer los despistes disminuyen la gran masificación que padece la Semana Santa sevillana.

La realidad es que en los programas de Semana Santa no abunda demasiado el rigor informativo, ni siquiera la ética profesional. Se han dado casos descarados de copia, no sólo en los horarios, sino en los datos de las cofradías. Como anécdota al respecto citaré solo una, aunque podrían ser más: un año se nos fue una errata, con un salto de líneas, en una Cofradía del Lunes Santo y se atribuyeron los bordados del palio a un orfebre. En los programas del siguiente año, dos periódicos y al menos dos programas comerciales le endosaron esos bordados al orfebre, repitiendo la errata que habíamos tenido el año anterior.

## TIPOS DE PROGRAMA

En la actualidad podríamos distinguir dos tipos esenciales de programas de Semana Santa con algunas variantes:

- *Publicitarios*: están editados por diversas firmas comerciales, en formato pequeño. Suelen incluir los horarios y algunos datos muy básicos. Su principal finalidad es publicitaria. Se trata de hacer publicidad de la empresa que lo edita, utilizando los datos de la Semana Santa como señuelo. Como no predomina el interés por la información, lo habitual es que no sean demasiado fiables. En los últimos años está proliferando la edición de estos programas comerciales, aunque en la práctica se utilizan poco, porque sus limitaciones son evidentes.

- *Informativos*: Son los editados por algunos diarios y por particulares, a modo de pequeñas revistas cofradieras. Se supone que en ellos predomina el interés informativo y, por lo tanto están más cuidados y trabajados. Los que se editan en imprentas particulares suelen cerrarse con varios días de antelación a la Semana Santa y, por tanto, no pueden incluir los cambios o novedades de última hora.

En los programas informativos podríamos apreciar dos variantes:

- *Semanales o unitarios*: son los que incluyen los datos de todos los días de la Semana Santa en un solo programa. Suelen salir a la venta en vísperas. Tienen el inconveniente del soporte: con el uso van deteriorándose conforme pasan los días. Dan una visión de conjunto de los datos cofradieros, pero generalmente suelen ser muy escuetos.

- *Diarios*: son los programas que se editan en los diarios cada jornada de la Semana Santa, con los datos de ese día. Es el modelo que sigue el de *ABC*. Presenta la ventaja de poder incluir novedades de última hora y son más manejables, ya que aunque están realizados en papel de prensa, sólo sirven para un día y no para la Semana completa. Como su alcance es más concreto no les afecta tanto el deterioro. También permite incluir más datos, ya que su objetivo no es la visión global, como los semanales, sino detallada del día.

Se da el caso paradójico de que la utilización del papel de prensa, tan sencillo, ha sido una de las claves del éxito de *"El Programa de ABC"*. A lo largo de los días de la Semana Santa la utilización de este programa es tan predominante en la actualidad, que según las estimaciones que se han realizado llega al 70 por 100 del mercado de prensa de Sevilla en esos días.

En este caso, como en otros, la fidelidad de los lectores marca unas pautas de comportamiento, que obligan a sopesar las posibilidades de cambios. Con esta fidelidad el lector expresa su aceptación de una línea y un modelo de programa cofradiero. Por ello, antes de ensayar otras fórmulas novedosas, que también podrían intentarse, se prefiere que se quede como está.

En cualquier caso creo que los Programas de Semana Santa son una aportación importante de la Prensa sevillana. Algo casi insólito, sin parangón en las fiestas de otras ciudades. Son un evidente fenómeno periodístico local, que justifica totalmente su estudio. No creo que haya ninguna fiesta, ni religiosa ni civil, en otras ciudades españolas, a las que se preste la minuciosa atención que dedican estos programas a la Semana Santa sevillana.



### El "*Programa de las Cofradías*" en *Diario 16-Andalucía* \*

---

Ignacio Díaz Pérez \*\*

---

#### INTRODUCCIÓN

**E**l "*Programa de las Cofradías*" mantiene con el resto de la información que gira en torno a la Semana Santa y al mundo de las hermandades y cofradías de Sevilla, una relación similar a la que existen en los ocho días que encierran toda la Semana Santa y la vida cofrade del resto del año, que también tiene su parcela en las páginas de los periódicos. Es la información central de todo un flujo que se sucede durante los doce meses del año, del mismo modo que la Semana Santa es la celebración en torno a la que gira todo el trabajo que se lleva a cabo en el seno de las hermandades, antes, durante y después de la Cuaresma y la propia Semana de Pasión.

Cada año es igual, y cada año es también diferente. El programa revive en una edición y otra de la Semana Santa la misma historia - las mismas corporaciones, los mismos lugares, la misma información- que, no obstante, varía también de un año para otro, como la propia fiesta.

---

\* Intervención tenida en el panel "Los Programas de los periódicos" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Redactor, en el momento de su exposición, el 9 de diciembre de 1997, de la Sección Local de *Diario 16-Andalucía*, periódico que actualmente no se edita y cuya situación empresarial es conocida por los ciudadanos andaluces.

Corporaciones que se suman a la nómina de las cofradías, cambio de sedes y de itinerarios motivados, como saben por las numerosas actuaciones de restauración que se inician cada año en las iglesias de la ciudad, sometidas, por el tiempo y, sobre todo, la dejadez, en buena parte, a un avanzado proceso de deterioro. Todo esto tiene su reflejo en los programas, de igual forma que estas circunstancias se convierten, también cada año, en protagonistas de la propia Semana Santa.

Pero, una vez realizada esta introducción, hay que decir que es su carácter de guía práctica de la Semana Santa lo que le confiere todo su valor al "Programa de las Cofradías".

## PROGRAMA/PROGRAMAS

Antes de entrar más de lleno en lo que sería la caracterización del "*Programa de las Cofradías*" como parte de la información relacionada con la Semana Santa que ofrece *Diario 16 de Andalucía*, hay que diferenciar entre lo que son los programas de mano que los periódicos -incluido el nuestro- ofrecen durante los días previos al Domingo de Ramos, y los programas diarios que se ofrecen con la información más detallada de las cofradías que realizan estación de penitencia este o aquel día, con sus recorridos, horarios e incidencias, junto con el propio periódico de cada día.

Los primeros, si bien gran parte de la información que ofrecen es la misma que posteriormente se va a ir desgranando en las páginas tabloides del periódico diario, cumplen funciones diferentes a la meramente informativa de los programas de cada día. Tienen un carácter más promocional que otra cosa, de cara a los lectores y también a los anunciantes, que lo ven como un producto atractivo para insertar su publicidad. (Ya saben ustedes lo aficionado que somos los ciudadanos de esta ciudad a adquirir cualquier cosa relacionada con nuestra fiesta mayor, en cualquier época de año, además). No obstante, a ningún periódico, teniendo en cuenta que la página más leída en Sevilla durante de la Semana Santa- o una de las pocas, casi, que se leen esos días en la capital andaluza- es la del *Programa de las Cofradías*, le interesa agotar todas las posibilidades de venta en un solo día antes de que comiencen las procesiones. Desde el Domingo de Ramos al de Resurrección, la página que incluye la información sobre la Cofradía tiene un efecto en las ventas similar al de las carteleras de cine durante el resto del año. ¿Cuántos periódicos se compran en las puertas de las salas de cine sólo por ver las películas que se proyectan en un sitio o en otro?

Estos programas de mano se realizan en un forma diferente al del periódico, más manejable, por pequeño, en un papel de mejor calidad -las portadas de estos suplementos suelen realizarse en color sobre papel "couché"-, que incluyen un tipo

de información que responde a la segunda velocidad del Periodismo. Se trata de reportajes y artículos de fondo, que inciden especialmente en los elementos más simbólicos, anecdóticos y sentimentales de la celebración y que atienden con especial cuidado la forma y el estilo redaccional de los textos.

Así, en ellos se habla del sonido de la Semana Santa -las marchas, las saetas, la voz del capataz-, también de la luz -la madrugada, las mañanas, la cera encendida-, de las personas -el costalero, el penitente, la mantilla-, los lugares -la Macarena por Sor Ángela, San Isidoro en la estrechez de Placentines o los Estudiantes por la Lonja de la Universidad- las tradiciones -los armaos ante el Gran Poder, el significado de vestir la túnica nazarena- y de las estampas, en general, numerosas y constantes, que se repiten una y otra vez en cada edición de la Semana Santa.

Estos artículos, van firmados siempre por las mejores plumas de periódico, de la plantilla o de los colaboradores habituales o eventuales, a los que se les solicita un trabajo concreto para insertar en el programa. Nombres conocidos, que son autoridades en la materia sobre la que escriben: son periodistas, pero también son antropólogos, flamencólogos y personalidades, en general del mundo cofrade sevillano. Por ejemplo se trata de contar con los pregoneros de cada año.

## INFORMACIÓN

Vamos a centrarnos, a partir de ahora, en los programas diarios que se insertan en las páginas del periódico diario. (Permítanme ustedes la redundancia). Ante de todo, el programa es información. En su sentido más estricto. Se publica para dar a conocer a quien lo lea las claves para disfrutar del mejor modo posible de la Semana Santa. Hay que tener en cuenta que, si bien las variaciones de un año a otro suelen ser muy pocas, no todas las personas que salen a la calle desde el Domingo de Ramos a disfrutar en masa de las procesiones conocen los detalles de la Semana Santa, ni sus entresijos. Pero de este público -la Semana Santa es, antes que nada, un espectáculo, por eso creo que la expresión "público" es la más apropiada en este caso- hablaremos un poco más adelante.

El "*Programa de las Cofradías*" es un tipo de información que se apoya en tres pilares fundamentales: servicio, utilidad y comodidad. Estas son las claves del éxito de un buen programa.

Como información de *servicio* debe estar atenta a las más mínimas modificaciones, y deben ponerse el máximo celo en el rigor y la exactitud de cada dato que se ofrece a los lectores. Imagínense por un momento que la cartelera de cualquier periódico, cualquier día del año, ofreciera las películas equivocadas, o que las farmacias de guardia no se correspondían con las que aparecen publicadas en los periódicos. Sería un desastre.

Por otra parte, como información de *utilidad* debe atender a las necesidades informativas del público al que se dirige. Sólo delimitando qué público va a utilizar nuestro programa podremos seleccionar de manera acertada la información que se le debe ofrecer. Dentro de este público, básicamente, yo diferencio dos grandes grupos: el de los turistas que vienen a Sevilla atraídos por la fama de una celebración de la que no conocen casi nada -seguramente solo el tópico- y el de los sevillanos que se interesan por la Semana Santa y por las cofradías justo cuando éstas están ya en la calle. Ni antes ni después. Existe un tercer grupo, menos numeroso, que está formado por aquellas personas conocedoras de este mundo desde dentro, que también utilizan los programas que publican los periódicos, pero que no los necesitan para disfrutar de la Semana Santa en el mismo grado que los grupos anteriores.

En la información que se incluya en el programa, por lo que acabo de decir, deben sacrificarse, por ejemplo, nombres propios por denominaciones más populares de los diferentes lugares que son protagonistas de la Semana Santa, y utilizar, en este sentido, un lenguaje cofrade: la Lonja de la Universidad -a la que antes me referí-, por ejemplo, recibe este nombre sólo en Semana Santa. El resto del año es el edificio central de la Universidad, la Fábrica de Tabacos, el Rectorado o como ustedes quieran, pero nunca se habla de "La Lonja" fuera de la Semana Santa. Algo parecido ocurre con la Avenida de la Constitución, que en Semana Santa es sólo la Avenida, igual que la plaza de San Francisco es "La Plaza".

Por otro lado, hay que evitar ofrecer un volumen demasiado grande de información que pueda confundir a los lectores. Para eso existen otras publicaciones no periódicas, que pueden ofrecer mucha más información sobre la Semana Santa y las propias cofradías que la que pueda tener cabida en los programas periodísticos. Hay que centrarse en la información indispensable para disfrutar del espectáculo en la calle que es la Semana Santa: horarios, recorridos, número de pasos que forman parte de la procesión, música, número de nazarenos o tiempo de paso de cada Cofradía, entre otros datos básicos. Esto último especialmente pensado para los turistas, que no suelen aguantar del mismo modo que los sevillanos los parones de la Semana Santa. Sinceramente, opino que dar otro tipo de información, como los nombres de los hermanos mayores o la junta de gobierno de cada Hermandad -que se dan-, añaden muy pocos datos que puedan ser de interés para las personas que están en la calle viendo las procesiones. Este tipo de datos únicamente cumple -insisto que es mi opinión personal- la función de alimentar esa cierta vanidad de la que los sevillanos solemos hacer gala, pero no es información necesaria ni útil.

Por último, el "*Programa de las Cofradías*" debe resultar a los lectores *cómodo*, para que éstos puedan llevarlos consigo y consultarlo en cualquier momento, mientras se encuentran en la calle. Toda la información, en este sentido, debe restringirse al espacio disponible en una página, que pueda recortarse y cuya consulta tenga todas las garantías de poder consultarse en un golpe de vista. La rejilla

que todos ustedes conocen es una fórmula que, hasta el momento, se ha encontrado más apropiada para ello.

Lo único que quedaría para terminar de dibujar el esquema de lo que representa el "*Programa de las Cofradías*" dentro de la información cofrade, sería hablarles de las fuentes de esta información. En este caso son, básicamente, dos, y a pesar de su obviedad, me veo en la obligación, al menos, de mencionarlas. Se trata de las propias hermandades y el Consejo General de Hermandades y Cofradías de la ciudad de Sevilla, que es el órgano encargado, cada año, de fijar de manera oficial los horarios de la estación de penitencia de cada una de las cofradías. Eso se realiza en el llamado Cabildo de Toma de Hora, que se celebra pocos días antes de la Semana Santa, y en el que se marca, al minuto, el momento de salida y entrada de las cofradías y el instante en que han de pasar por cada uno de los controles instalados a lo largo de la Carrera Oficial: en La Campana, el Ayuntamiento y la Catedral. El Consejo de Cofradías no da más datos.

El resto de la información se obtiene hablando con cada una de las hermandades, para que nos pongan al día de las novedades de cada año y, en algunos casos, nos concreten en qué lugares del recorrido se encontrará la procesión en cada momento, para poder realizar la rejilla de los horarios, segmentados, normalmente, de treinta en treinta minutos. Ésta es, sin duda, la parte más complicada de la elaboración de un buen Programa.

---

## Capítulo 4

---

### Los Programas de *El Correo de Andalucía* \*

---

Rafael Guerrero Moreno \*\*

---

Como decano de la Prensa andaluza, *El Correo* ha sido pionero en tantas cosas, que en esta que hoy nos ocupa de los Programas de Semana Santa no podía ser menos. Y es lógico que así fuera, además, dada la tradicional titularidad episcopal de la cabecera del periódico, desde que el cardenal Marcelo Spinola lo fundara en Sevilla el 1 de febrero de 1899.

Por la naturaleza de su tradicional compromiso ideológico y por el fuerte arraigo entre los sevillanos, *El Correo* siempre ha prestado una atención especial a todas las actividades religiosas y a la Semana Santa en particular. Pero no siempre los medios y la tecnología han permitido hacer alardes y despliegues especiales. Los periódicos de principios de siglo no se vendían en los kioscos como ahora, acompañados de ediciones especiales, revistas, libros, compact disc, láminas a color, figuras, pins, etc. Era el periódico, con muchas menos páginas que ahora, y punto. Sólo cabe reseñar, como excepción destacada, la edición del Almanaque de fin de año, que *El Correo* editó con éxito entre los años 10 y los años 30.

Sin embargo, la importancia de la Semana Santa en Sevilla determina que en el temprano y lejano año 1926, *El Correo* inaugure una nueva dinámica comercial

---

\* Intervención tenida en el panel "Los Programas de los periódicos" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

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

y de oferta complementaria de servicio y utilidad que 61 años después sigue plenamente vigente, aunque con el progresivo paso del tiempo, con la evolución social y tecnológica, haya variado su planteamiento. A lo mejor dentro de poco acabaremos viendo las cofradías por 'pay per view' gracias a la tecnología digital, pero mientras que una riada humana se lance cada Semana Santa a ver procesiones, lo más útil es llevar encima un programa de mano o de bolsillo. Y esa práctica la instauró y la popularizó en Sevilla *El Correo*, año tras año, hasta nuestros días.

Quienes tienen memoria, pero sobretodo, edad, recordarán cómo tiempo atrás –por los años 50– se voceaba el Programa, más bien el “¡Pograma! de *El Correo*” como decían los voceadores, por la calle Sierpes y cómo sevillanos y visitantes adquirían un producto editorial muy útil y manejero para desenvolverse y no perder el norte por la vorágine de la Semana Mayor hispalense.

Según los anales de las Cofradías Sevillanas (2ª edición, de 1991), recogidos por Juan Carrero Rodríguez, el primer programa de Semana Santa de *El Correo* se pone en circulación el 10 de abril de 1927 y se edita anualmente de manera prácticamente ininterrumpida –salvo en varios años de la República y en un año de la Guerra Civil–, hasta 1984. La estadística de estos anales debería ser corregida en una futura edición, ya que el primer programa se editó un año antes, en 1926 y en la década actual, tras varios años de paréntesis, *El Correo* retomó con buen criterio la edición y distribución de programas de mano. En estos 61 años de programas de mano, se ha evolucionado mucho en cuanto a presentación, distribución y contenidos, pero nunca se ha perdido el sentido utilitario del producto ni el prestigio que para la cabecera del periódico ha supuesto y supone esta oferta complementaria editorial.

Ojeando estos días los *Correos* de la Semana Santa de 1900 he comprobado que mi periódico dedicaba una reseña informativa de las procesiones del día siguiente y una breve referencia, que no crónica, de la jornada del día anterior. Ni una foto, porque entonces no se estilaban las fotos. Eran periódicos de 4 páginas de formato sábana estéticamente horriblosos.

En efecto, la creación del programa de Semana Santa de *El Correo* se debe a la decisión en 1926 de Francisco Abaurrea y Alvarez-Ossorio, consejero-delegado y colaborador habitual en el periódico desde finales del primer cuarto de siglo, en unión del entonces redactor-jefe, Luis Ortiz Muñoz. Francisco Abaurrea, Curro para los amigos, –al que el programa de 1975 le dedicó un homenaje ‘in memoriam’ con motivo de su reciente fallecimiento– era un conocido abogado sevillano muy vinculado al mundo cofrade y falleció siendo hermano mayor de la Hermandad de la Santa Caridad.

Por su interés descriptivo y por el lenguaje del artículo voy a leer un párrafo del comentario in memoriam que dedicó a Abaurrea en el programa de 1975, Felipe

García de Pesquera y Noel, durante muchos años –más de 20 sin duda–, director del programa de *El Correo*: «Nació el Programa en páginas especiales del diario, con ánimo de dar reunida, a sus lectores, una información amplia, veraz y exacta de las Cofradías que harían su estación de penitencia, aquel año, a la Santa Iglesia Catedral. Pocos años después, ya ausente de Sevilla don Luis Ortiz y contando don Francisco Abaurrea con la colaboración de otros pocos cofrades entusiastas y de un amplio, expectante e incondicional grupo de lectores asiduos, transformó en folleto aquellas páginas iniciales, el cual adoptó forma diversa, hasta que en 1940 adquirió su formato definitivo». El formato a que se refiere García de Pesquera no es otro que el comprendido entre 12 y 13 centímetros de ancho por 16 y 18 centímetros de alto. Portada con foto de imagen y contraportada publicitaria –a color desde los años 50– con cartulina satinada, y una paginación progresiva de entre 150 páginas al inicio y 350 páginas al final de la primera etapa a mediados de los 80. Porque el formato inicial era realmente una separata del periódico en la parte central, con páginas especiales con horarios e itinerarios y relación de las hermandades de penitencia. El éxito del programa de mano que empieza a circular desde 1940 superó las expectativas. Tanto es así que el programa puesto a la venta aquel Viernes de Dolores se agotó de inmediato, por lo que hubo que hacer una segunda edición, que se puso a la venta el Martes Santo. La tirada total de aquel programa de formato manejero pudo superar los 3.000 ejemplares.

El equipo promotor del programa de mano de *El Correo* hasta finales de los años 60 estuvo integrado por el influyente abogado Francisco Abaurrea, Felipe García de Pesquera –ingeniero de la Confederación Hidrográfica por la mañana y redactor del periódico por la tarde, hacía los ecos de sociedad–, Carlos Adrianssens –abogado y secretario de la Cámara de la Propiedad– y el periodista Manuel Fernández Piedra.

Días antes del Viernes de Dolores, aparecía en un lugar destacado del periódico la publicidad del programa que, por poner como ejemplo 1956, pregonaba que –cita textual– «además de las informaciones acostumbradas, publica la pastoral e instrucción sobre la nueva liturgia, itinerarios y modos de emplear cada día. ¡Cómprelo antes de que se agote!».

El botón de muestra más antiguo que ha llegado a mis manos ha sido el programa de 1956, con una portada a color con la imagen del Cristo de la Expiración de la Hermandad del Museo. Tras aclarar dentro que su contenido había pasado la censura eclesiástica, se detenía especialmente en informar sobre la nueva liturgia y en la novedad del año: la estación de penitencia del Santo Entierro en Sábado Santo. En páginas interiores, y en medio de abundante publicidad al 50 por ciento (par publicidad e impar texto), se contaba la historia y las características de cada Cofradía y para un manejo más fácil, había páginas desplegadas con el itinerario detallado de las procesiones de cada día. El programa –de 192 páginas– terminaba con



fotografías de los ornamentos que se estrenaban ese año: mantos, ánforas y respiraderos de pasos.

A finales de los 60, probablemente en 1968, tomó el relevo de la edición del programa de mano de *El Correo* Filiberto Mira, conocido crítico taurino y comentarista semanatero radiofónico. Filiberto Mira era el yerno de Francisco Abaurrea y tomó el testigo familiar del programa de mano.

Tanto Mira como su suegro, el inventor de la cosa, concibieron el programa como una publicación al margen del periódico propiamente dicho. El denominador común fue el uso de la cabecera de *El Correo* para llamar más la atención sobre el producto. Pero en ningún caso, que se sepa, abonaron a Editorial Sevillana canon económico alguno por los derechos de imagen de *El Correo*. Otro gallo habría cantado si esa relación se hubiera trasladado a nuestros tiempos. Incluso Filiberto Mira me comentaba días atrás que era *El Correo* el que salía prestigiado por la edición del programa de mano. En los tiempos iniciales, el programa de mano se llegó a imprimir en una imprenta que había en el patio de la antigua sede del periódico en la calle Alvareda, pero después, con Filiberto Mira como editor la impresión se realizó en Editorial Católica, Imprenta Raimundo y en la Imprenta Sevillana de Dos Hermanas.

Salvo ocasiones especiales que merecieran un comentario al inicio del programa, el contenido de los sucesivos programas de Semana Santa era obligadamente reiterativo: historia y características de las hermandades, ordenadas y agrupadas conforme procesionaban; hojas desplegadas con el itinerario y los horarios de las cofradías de cada jornada; información gráfica sobre los estrenos; precios de las sillas de la Carrera Oficial; información municipal sobre cortes de tráfico; y nuevas cofradías, si las hubiera. El título del editorial introductorio sugería la reiteración temática, como no podía ser de otra forma. El de 1973, bajo el epígrafe «*En cumplimiento de un rito*», y tras encabezar que «*un año más ofrecemos este Programa...*», señalaba textualmente: «*En esta edición reiteramos las ideas básicas de siempre, reflejando todo aquello, que según nuestro leal saber y entender contribuye a conocer mejor los aspectos procesionales de las cofradías, por entender que sólo conociéndolas es posible comprenderlas y amarlas*». La publicidad ese año era copiosa, casi del 50 por ciento de las casi 200 páginas (tiendas, hoteles, “El Corte Inglés”, que se acababa de instalar en Sevilla, y hasta la foto de una joven rubia con el moderno “cyclostatic”). También, y en justa correspondencia con los anuncios del Programa en el periódico, se recogían a pie de página reclamos curiosos como este: «*El Correo de Andalucía, la noticia que madruga*». En años posteriores se eliminó la segunda parte... no sabemos si porque ya no madrugaba tanto la edición. La edición se tiró en “Talleres Imprenta y Papelería Raimundo”.

Las ilustraciones gráficas, las fotografías, experimentaron una incorporación progresiva, conforme las técnicas de fotomecánica e impresión garantizaban una reproducción digna. Color sobre la cartulina satinada de las cubiertas y blanco y negro en el interior.

El programa de *El Correo* se adquiría al margen del periódico. Su precio comenzó siendo de 25 pesetas y acabó siendo de 500 pesetas. No debió ser mal negocio, habida cuenta de que estaba plagado de anuncios de todo tipo. Había anunciantes especialmente devotos del programa, como Peyré, que durante bastantes años patrocinó las cubiertas del programa y que desparramaba sus reclamos por el interior del mismo. En los despleables decía cada día: «*Hoy pasan por la puerta de Peyré, calle Francos, las siguientes cofradías...*». La evolución de los mensajes publicitarios daba idea ya en los años 70 del desarrollo de la sociedad sevillana y del progresivo consumismo: de anuncios de bordados y almacenes de tejidos, se pasó a las entidades bancarias, a los coches, y a las inmobiliarias.

El año de la muerte de Franco fue también el del fallecimiento del alma mater del programa. En la primavera de 1975, el programa de *El Correo* abrió sus páginas con un artículo de homenaje póstumo a Francisco Abaurrea, escrito por el ingeniero-periodista Felipe García de Pesquera. Ese año, aumenta el grosor del programa, al incorporar dos grandes secciones de despleables para facilitar la visión rápida de la información de utilidad.

El programa de 1983 se vende al precio de 500 pesetas y es un librito en toda regla con 320 páginas y cubiertas recias, patrocinado en su mayor parte por Peyré –auténtico mecenas de los programas de mano y consolidando una imagen de simbiosis con la Semana Santa–, pero con bastante menos publicidad en sus páginas. Con menos fotos que diez años antes, un papel mejor, introdujo además de las secciones y los despleables habituales, la novedad de contar la historia de cada Hermandad a modo de efemérides con más aire en las páginas y menos ladrillo de plomo, gracias a los datos recogidos de los anales del antes mencionado Juan Carrero Rodríguez, publicados en el Boletín de Cofradías. El editorial acababa diciendo: «*Gracias a Dios que nos ha permitido un año más editar esta Guía –asi se llamó ese año, en vez de programa– dedicada a las cofradías penitenciales de Sevilla, con todo respeto y sincera admiración*». Y debajo la cabecera de *El Correo de Andalucía*. Impreso en “Imprenta Sevillana S.A.” en Dos Hermanas.

A falta de datos contrastados sobre las tiradas del programa, las estimaciones del último editor apuntan a que llegó a alcanzar algunos años una difusión algo superior a los 4.000 ejemplares. Pero en la década de los 80 el negocio fue a menos conforme *El Correo* y *Abc* empezaron a incluir encartes y separatas con amplia información de utilidad sobre la Semana Santa. La publicidad cayó en picado, por lo que el precio del programa, que ya se llamaba guía, subió excesivamente y dejó

de publicarse tras la Semana Santa de 1984. Filiberto Mira asegura que el programa de mano no era negocio. Su hijo y él se encargaban de promoverlo y editarlo —*«lo comido por lo servido»*», me comentaba— y, como muestra de la escasa relación entre el editor y el periódico, valga señalar que cuando decidieron dejar de editarlo, ni siquiera se lo comunicaron a la dirección del periódico.

Aunque los programas de mano de *El Correo* suspendieran su edición en 1984, el periódico no dejó por ello de informar exhaustivamente a sus lectores sobre la Semana Santa. A falta de programa de mano, los esfuerzos se centraron en hacer un producto editorial atractivo, pero combinado con el periódico diario. Las páginas especiales que se editaban antes se convirtieron en el Suplemento de Semana Santa y ese año, con el cura-periodista José María Javierre en su última etapa de director, se publicó un número extraordinario de 56 páginas tamaño periódico, envueltas en cubiertas couché a todo color patrocinadas por la Caja San Fernando. Al convertirse en periódico, el suplemento incluye toda la información del antiguo programa, —itinerarios e historiales y fichas técnicas incluidos—, pero con un diseño más atractivo, con más fotos, e incorporando el interés por los reportajes y las entrevistas. De las 500 pesetas del programa de mano del año anterior, este completo suplemento se vendió a 25 pesetas además del periódico. Pero este suplemento y los sucesivos tenían un problema: que eran tan grandes que llevarlos encima en una bulla era un engorro, salvo que se arrancara la hoja. En Pamplona podría servir para los Sanfermines, pero no entre el gentío de la Madrugá del Viernes Santo en Sevilla.

Podría analizar uno por uno los suplementos de Semana Santa de mi periódico desde 1984 hasta este año, pero tal vez sería demasiado aburrido. Prefiero comentarlo por encima...

En 1987, el nuevo director Manuel Gómez Cardaña —que todavía sigue en el cargo, lo cual es un mérito— estrena nuevo modelo de cabecera a toda pastilla. Se vende a 60 pesetas además del precio del periódico. Y lleva una entrevista con el arzobispo y pequeños reportajes tratanto temas heterodoxos como la incorporación de las mujeres como penitentes tras dos siglos de ausencia (Vera Cruz. Alicia Gutiérrez). Portada del Santo Entierro. Publicidad de Vega e Hijos, Ivarte y 100 años de Peyré, cómo no.

1991 y 92: Más profesional laico, sin lastre de lenguaje religioso, pero siempre respetuoso con el significado que para Sevilla tiene la Semana Santa en todos los aspectos. El nuevo espíritu de *El Correo*, tras el cambio de titularidad empresarial, se evidencia en el editorial de 1992: *«En el alma del pueblo»*. Tras considerar que *«la religiosidad no es siempre imprescindible»* en la Semana Santa, concluye pregonando: *«Que cada cual la viva, pues, según le dicte su memoria, voluntad o entendimiento. El resto es literatura, dudosa literatura»*. Incluye destacado un artículo del escritor heterodoxo Fernando Ortiz, y una entrevista con Isidoro Moreno,

antropólogo ex-maquista. Se incorpora la información detallada con fichas de las cofradías de los pueblos de Sevilla. Escriben jóvenes cachorros del Periodismo que hoy son periodistas solventes como Rosa Coronilla, Carlos Mármol, Ginés Cabanes, Pilar Manzanedo. Antes lo había hecho Alicia Gutiérrez..., lo que demuestra que antes que cocineros, fueron frailes. Con un diseño más moderno, el suplemento cobra vida con grandes reportajes, itinerarios tramados, y toda la información tradicional de un programa visualmente atractiva y fácil de leer.

A esto se une el boom de las promociones, de tal forma que en 1993, *El Correo* logra triplicar su difusión –récord de España de crecimiento durante dos años consecutivos–. Ese año el contenido del suplemento –vendido a 200 pesetas con el periódico– da un giro y profundiza en torno a aspectos de la intrahistoria cofrade, amén de grandes entrevistas al arzobispo y al presidente del Consejo de Hermandades y Cofradías, realizado por periodistas especializados en la materia, como Antonio Morente, Raimundo de Hita y Juan Miguel Vega. Ese año de 1993, se retoma la edición del programa de mano de *El Correo*, pero de forma y contenidos bien distintos a los de antes. Formato ligeramente más pequeño (11x15), menos páginas –24–, pero con la información de utilidad mínimamente indispensable para salir a la calle. Con un diseño ágil, con una impresión impecable, papel couché de cierto gramaje. Cuadros de itinerarios y horarios atractivos de un vistazo y, además, gratis. Nada de literatura y un único patrocinio comercial, “Vega e Hijos”.

1994: La portada aprovecha la promoción de pasos de palio «*Al cielo con Ella*». El contenido es distinto: expertos en diversas materias explican en artículos especializados La historia y el significado de la Semana Santa, la imaginería, la orfebrería, los bordados, los rincones estratégicos. Información complementaria de todas las capitales y poblaciones importantes andaluzas con reportajes, fichas e itinerarios.

1996: El periódico, con el Suplemento de Semana Santa de 64 páginas y portada a color, a 200 pesetas (periódico incluido), ofrece un auténtico lote multimedia de oferta con figurita del Betis incluida al precio total de 1300 pesetas, en el que se incluye lámina, vídeo, imagen metálica y figurita de un jugador del Real Betis Balompié. Nada menos parecido a los periódicos de comienzos de siglo. Incorpora planos para hacerse idea cenital del sitio ideal y consejos para tapear. Y un giro al reportaje gráfico que se centra más en ambiente, aspectos Y detalles colaterales plasmados de forma original, no en la típica foto de pasos. Periodísticamente se cuida y se innova mucho más el contenido del suplemento.

### *La Guía de El Mundo \**

---

*Javier Rubio \*\**

---

**P**ermitidme antes de entrar en la materia propiamente dicha de mi exposición, que haga un pequeño exordio sobre la utilidad precisamente, de los programas de Semana Santa. Lo diré abiertamente, ¿sirven para algo? ¿No se trata más bien de un engorroso cuadrante de horas y calles que hay que publicar porque la competencia lo hace? ¿Es servicio público o es interés para el periódico? ¿Cuántos de nuestros lectores dejarían de comprar esas fechas el periódico si no se publicasen?

No tengo la respuesta, pero tengo algunas consideraciones que hacer. Para los niños de barrio, Triana en mi caso, la Semana Santa significaba un modelo de aprendizaje geográfico-toponímico de la ciudad sobre el terreno. En eso que ahora se afanan los libros de Sociales (conocimiento del medio) lo vienen practicando los sevillanos desde hace años y de la mejor manera posible: a través de la experiencia propia y el trasvase de información de los sujetos más expertos del grupo social. Miel sobre hojuelas.

Aún hoy existen calles y adarves que piso sólo una vez al año: en Semana Santa. Pero sé dónde están. Jóvenes y no tan jóvenes o forasteros que no han vivido

---

\* Intervención tenida en el panel "Los Programas de los periódicos" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Redactor de *El Mundo-Andalucía*.

este proceso de aprendizaje sobre la ciudad me repiten siempre la misma cuestión. A lo que yo siempre doy la misma desconcertante réplica:

- ¿Dónde está San Ildefonso?
- Pues en San Ildefonso.
- Dame otra referencia.
- Frente al convento de San Leandro, el de las yemas.
- ¿Eso cae por el centro?
- Es el centro, la Judería, cerca de San Esteban.
- ¿Y dónde está San Esteban?

Y volvemos a empezar.

En un caserío pobre e igualitario como el del casco antiguo sevillano, los barrios -desde tiempos de Fernando III el Santo- se agruparon en colaciones cuyo referente, por lo general, es la Iglesia. Así que, sin centros comerciales ni cines, ni hospitales, ni nada que se le parezca alrededor, las iglesias constituyen el único referente que se dispone en barrios como San Julián, San Marcos, Santa Marina, San Luis, Santa Isabel, Santa Paula, San Leandro...

Mucho me temo, sin embargo, que todo esto se esté perdiendo. Quiero decir: las nuevas generaciones sevillanas extramuros desconocen en una proporción que me haría envejecer de vergüenza, el nomenclátor y mucho menos la situación de las calles, plazas e iglesias. Todo lo que no sea el Duque, la Encarnación, la Puerta Jerez está irremediabilmente escondido para los futuros herederos de la ciudad.

Y si esto es así, cómo entenderán el cuadrante de hora y lugares por donde pasa la procesión. ¿Cómo llegar hasta San Julián si nunca se ha ido antes? ¿Cómo saber los tramos entre Laraña, Imagen, Martín Villa, Almirante Apodaca?

Cuando veo a esas muchachadas a contracorriente de la fila de nazarenos, me doy cuenta de que ni les interesa el programa ni lo saben interpretar ni, en realidad, quieren saber dónde están y a dónde van. Simplemente dejarse llevar por el primero de la fila, acaso tan ignorante como los demás. Qué temple metáfora, ¿verdad?

Así que hemos descartado a un buen número de posibles usuarios. Luego quedan los «capillitas» si me permitís. Pero esos tampoco necesitan horarios ni mapa.

Desde chico, otra vez el viaje a la infancia, sé que la Paz por el Parque está antes de comer y que si queríamos ver salir San Esteban, ese día no se comía. Que El Cachorro va detrás de La O, que Vera Cruz, Las Penas y El Museo salen en

espacio de tres horas en apenas 500 metros de distancia. El Silencio por Francos y La Macarena en la Encarnación.

Sí, quedan los cambios de itinerario porque se mudan las cofradías, los obstáculos en la vía, las horas fijas de paso y poco más.

Así que los que lo necesitan no lo usan porque no lo entienden y los que lo usan no lo necesitan porque se lo saben.

Particularmente creo que la inflación de nuestra Semana Santa ha llevado a una exaltación acaso desmesurada del programa y de los horarios. Se miden los segundos, los nazarenos, los minutos de retraso. ¿Tan importante es todo eso? ¿Tan determinante es para la Semana Santa el programa?

En cualquier caso, los periódicos se enfrentan a un dilema. Es obligado reproducir el horario como lo es publicar las farmacias de guardias, el cupón de la ONCE o los abominables horóscopos. Si los das, nada pasa. Pero si lo suprimes, de momento te inundan de llamadas y luego, ya veremos la venta.

En *El Mundo* hicimos este planteamiento el año pasado y preferían apostar por algo realmente novedoso y en lo que se viera la imagen de modernidad y acompañamiento con los tiempos que corren que marcó la apuesta de nuestro periódico desde su fundación, con gráficos e infografía, en lo que fuimos pioneros.

Publicamos una *Guía*, en la que por primera vez se hace uso sistemático y elegante del color. Se proporcionan los datos sueltos del recorrido (¡los nombres de santos y vírgenes!) y el recorrido sobre el plano. La Semana Santa se va convirtiendo en un fenómeno de visitantes foráneos y creemos que nuestro plano puede ayudarles mucho a encontrar calles y plazas que de otra forma no podría localizar en el plano. Eso fue lo que pretendimos y creemos modestamente que lo logramos a tenor de la respuesta del público.

---

## Capítulo 6

---

### El Programa en *Sevilla Información* \*

---

*José Gómez Palas* \*\*

---

**E**l 24 de marzo de 1996, Domingo de Pasión, el profesor Carlos Colón decía subido al atril del Teatro de la Maestranza: *“Empieza la Semana Santa oculta en la medianoche del Sábado Santo, cuando las puertas de San Lorenzo se cierran, robando la luz de la candelería de la Soledad; y sus hermanos se reúnen en torno a Ella para felicitarla porque su Hijo ha resucitado. La multitud se disuelve por las calles del barrio de San Lorenzo. Esa noche nos sentimos como cuando éramos niños y el Sábado Santo no dormíamos llorando. Una pena no adulta nos invade al atravesar la ciudad de vuelta a casa, pisando cera sobre la que ya no caerá otra cera. Y desborda cuando llegamos y vemos los programas de cada día, doblados y gastados...”*<sup>1</sup>.

Esa cita que expresa de un modo tan gráfico esa desolación, esa “pena no adulta” que invade el corazón de los sevillanos en la noche del Sábado Santo cuando ya todo se ha consumado, me vino a la memoria cuando comencé a darle vueltas al epígrafe del panel que hoy nos reúne aquí, “*Los Programas de los periódicos*”.

---

\* Intervención tenida en el panel “Los Programas de los periódicos” celebrado en el “III Encuentro sobre Información Cofrade”.

\*\* Redactor de *Sevilla Información*.

<sup>1</sup> El subrayado ha sido puesto, al igual que el de próxima cita.



Les pido que pongan atención en esa cita -“*Una pena no adulta nos invade al atravesar la ciudad de vuelta a casa, pisando cera sobre la que ya no caerá otra cera. Y desborda cuando llegamos y vemos los programas de cada día, doblados y gastados...*”- porque resume a la perfección el espíritu de esta pequeña charla, que no es otro que el de subrayar y resaltar la tremenda *utilidad* de estos instrumentos, los programas de la Semana Santa, durante los siete días santos.

Porque... ¿Se han dado cuenta de que la Semana Santa constituye la única ocasión del año en la que los sevillanos utilizan una guía, un callejero, para perderse por sus calles? Los Programas de los periódicos -cuya *fiabilidad y precisión* es sus estimaciones horarias sobrepasan a los que nos ofrecen gratuitamente en centros comerciales, dado que recogen los últimos cambios de horarios e itinerarios acordados en el Cabildo de Toma de Horas- se convierten en esos días en una especie de brújula de bolsillo que nos señala a todos el norte y la guía; una especie de cicerone que nos conduce por calles y plazas, avenidas y revueltas, al encuentro de un nuevo pasaje de la Pasión y Muerte de Nuestro Señor Jesucristo.

Pero, en aras de acotar nuestro objeto de estudio, permítanme que me plantee esta interrogante: ¿qué entendemos por Programas de Semana Santa de los periódicos? Bajo este mismo epígrafe nos podemos encontrar hasta tres publicaciones, tres productos en distinto formato, todos ellos englobables bajo esa misma denominación.

De una parte el *suplemento especial o número extraordinario de Semana Santa*, cuyo día de publicación coincide en todos los diarios el viernes de Dolores y que se suele presentar a modo de separata.

De otra lo que conocemos vulgarmente como *Programas de mano*, muchos de los cuales -salvo honrosas excepciones- conceden mayor primacía al apartado gráfico en detrimento de una información detallada y completa sobre horarios e itinerarios.

Y, finalmente, lo que Carlos Colón denominaba con acierto en su pregón de la Semana Santa de 1996, “*Los Programas de cada día*”, es decir, la información que ofrece el periódico cada uno de los días de Semana Santa. O, en otras palabras, la hoja de periódico donde, de un lado, aparece el diagrama cartesiano que sitúa a cada hermandad en una hora determinada en un punto fijo de su recorrido, y, de otro, las fichas con los datos más interesantes -número de nazarenos, autoría de las imágenes, música, flores, estrenos...- de cada una de las cofradías que en ese día realizan su estación de penitencia.

Sin duda alguna, son estos últimos, los programas de cada día, los compañeros más habituales de los sevillanos en su periplo cofradiero, ya que en una sola hoja -la misma que de vuelta a casa aparecerá doblada y gastaba por su uso- condensa

y comprende la información necesaria para dar respuesta a cualquier interrogante. Tanto es así que para los sufridos compañeros de la radio que realizan las retransmisiones de Semana Santa -más aún para aquellos que continuamente se están pateando las calles- estos recortes de periódico se convierten, a veces, en un oasis de comentario, en una apoyatura imprescindible y en una fuente de información de incalculable valor para cuando la memoria flaquea o para evitar los temidos 'silencios' de la radio.

Pese a todo, no hay que dejar de reconocer que algunas de las informaciones que aparecen en estas tradicionales fichas con los datos más interesantes de cada hermandad son erróneos o, simplemente, algo desfasados. (El Señor de las Penas se sigue atribuyendo a Jerónimo Hernández; las imágenes secundarias del misterio de la Amargura se siguen atribuyendo a Cayetano González; Pepe el Planeta con la Candelaria).

No les quiero cansar, así que me limitaré a comentarles, por último, que *Sevilla Información*, ha apostado muy fuerte y desde su nacimiento por la Semana Santa de Sevilla en la certeza de que esta fiesta constituye uno de los puntales de la información local que se aborde desde el respeto, la pluralidad y la objetividad. Prueba de ello es el suplemento dominical "*Sevilla cofradiera*", un esfuerzo editorial en el que están involucrados desde su director, Antonio Silva de Pablos, hasta su jefe de sección local, Carlos García Lara, pasando por éste que les habla e incorporando firmas ilustres en el mundo de la radio como son las de Fran López de Paz y Juan Miguel Vega, los hombres de "*El Llamador*" de *Canal Sur Radio*.

En su primer año de vida, *Sevilla Información* acudió al encuentro de sus lectores en Semana Santa con la humildad de quien da sus primeros pasos sobre las tablas del escenario informativo sevillano. Desde el Viernes de Dolores hasta el Domingo de Resurrección la Semana Santa se convirtió en el eje central de toda nuestra tarea informativa, publicando diariamente más de catorce páginas sobre la fiesta más universal de Sevilla.

Y a fe que muchos sevillanos utilizaron nuestro callejero para perderse por el corazón de la ciudad ya que, a diferencia de otros periódicos, el de *Sevilla Información* incorporaba -siguiendo los pasos del programa de mano de "*El Llamador*"- una rejilla horaria que permitía mantener perfectamente situados cada media hora tanto la situación de la Cruz de Día como la del último paso de cada cofradía.

Para despedirme, una confesión. Éste que les habla cuenta sus Semanas Santas por programas de mano doblados y gastados que conserva en su casa. En ellos, debidamente recuadrados a bolígrafo, retengo la memoria de cada Semana Santa, con las calles donde presencié cada cofradía que, incluso a veces, con alguna nota aclaratoria a modo de glosa. No hace falta decirles que los tengo todo emborronados.

Desde *Sevilla Información* nos conformaríamos con que usted el próximo año cuando vaya a echar mano del bolsillo de su chaqueta encuentre un programa de mano doblado y gastado con las señas de identidad de nuestro periódico. Sería la señal inequívoca de que estamos muy cerca del corazón de los sevillanos.

---

## Capítulo 7

---

### El mando a distancia de los lectores \*

---

*Dr. Juan Luis Manfredi \*\**

---

**E**s bien sabido que *«las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana. Nuestro modo de vestir para ir al trabajo, el camino que elegimos a veces para llegar a él, los planes del próximo fin de semana, nuestros sentimientos generales de bienestar o de inseguridad, el enfoque de nuestra atención hacia el mundo más allá de la experiencia inmediata y nuestras preocupaciones sobre los temas del día, están bajo la influencia de las noticias cotidianas»*<sup>1</sup>.

Eso resulta una evidencia pese a que los Medios tienen una influencia limitada en el público y que la función del Periodismo no es la persuasión. Las noticias no se publican para influir en la vida de los ciudadanos, aunque lo hacen en la medida en que concentran su interés en determinados asuntos y no en otros.

Por otra parte, el público sabe que las noticias son más o menos importantes según el énfasis con las que las presenten los Medios, que a su vez otorgan ese valor no sólo en función de sus intereses sino también de aquellos que presuponen en sus audiencias. Pese a ese deseo de interactividad, en todo caso, la responsabilidad de

---

\* Intervención tenida en el "III Encuentro sobre Periodismo Cofrade".

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

<sup>1</sup> McCOMBS, M.: "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo" en AA. VV.: *Los efectos de los Medios de Comunicación*. Paidós, Barcelona, 1996, págs. 13-34.

estructurar y organizar la información —y, con ella, el mundo de su público— la tienen los periodistas y los medios, que son capaces de transferir la relevancia de una noticia de su lista de asuntos de interés a la de la sociedad. Ese inventario de temas de los Medios acaba siendo el nuestro.

Ese es, en realidad, el poder de los Medios: no decirnos lo que debemos pensar, sino en qué.

En ocasiones, sin embargo, el interés del público está tan definido que el proceso puede llegar a invertirse, es decir que son los Medios los que han de dar forma a unas noticias cuya relevancia le viene dada por la expectación de las audiencias. Ese podría ser el caso de los Programas que publican los periódicos de Sevilla con las previsiones de las incidencias en las procesiones de Semana Santa, que nacen como resultado de una necesidad sentida por los lectores y atendida en la medida de sus posibilidades y capacidades por cada diario.

Los Programas de Semana Santa son, si los consideramos desde esta perspectiva, un producto informativo nacido como consecuencia de una demanda. Además, me parecen una muestra refinada de Periodismo en estado puro, sólo con datos que cada lector ha de interpretar y valorar según sus necesidades, gustos e intereses.

Cada Medio, sin embargo, ha abordado esta demanda ofreciendo una solución distinta al mismo problema, que es nada menos que el de responder al conjunto de preguntas que se formula cada cual cada día si quiere saber qué cofradías van a estar en la calle, por dónde van a pasar y a qué hora, con cuántos hermanos y con qué novedades. Es casi un problema matemático, combinatorio, con muchas variables y un alto grado de incertidumbre, pues la Semana Santa sevillana tiene una admirable organización pero desde luego no puede presumir de precisión.

Conceptualmente, el Programa de la Semana Santa es un conjunto de datos que cada periódico ofrece cada día a sus lectores para que éstos se organicen en esa jornada en función de la grave alteración de la vida ciudadana que suponen las procesiones. Esos datos pueden ofrecerse en una o varias páginas del mismo periódico o como una separata, bien cada día o todos a la vez en una suerte de suplemento, pero siempre atendiendo al carácter funcional de esa información, que se recopila para ser útil con carácter inmediato.

Desde el punto de vista de la producción, el programa es un producto que puede elaborarse con cierta antelación, aunque no debe cerrarse hasta el último momento porque las hermandades y cofradías (que son la fuente de información natural para estos asuntos) son muy dadas a introducir cambios de última hora en detalles que son de gran importancia para los interesados, como el tipo de adorno floral de los pasos, los estrenos o las músicas que van a interpretarse durante la procesión. No debe haber fallos de ese tipo, y mucho menos en aquellos otros datos

básicos de carácter histórico que todos los interesados conocen pero que no quieren que dejen de publicarse.

Los Programas de Semana Santa están elaborados para un público experto, lo que significa que han de redactarse, como en todos los casos de Periodismo especializado, en las claves y con el vocabulario de los interesados. Tan es así, que resultan prácticamente incomprensibles para los no iniciados, que en días tan señalados son sistemáticamente ignorados por los diarios sevillanos, que en esas fechas no se escriben para ellos. Cuando hablo de iniciados me refiero a todos los sevillanos, y no sólo a los creyentes o a los entusiastas de la Semana Santa, pues los desfiles procesionales constituyen una distorsión tan formidable de lo que resulta normal el resto del año que ninguno de los residentes o trabajadores en la ciudad puede permitirse el lujo de ignorar sus horarios e itinerarios.

El otro gran reto de la producción de los Programas de la Semana Santa es el diseño-diagramación. ¿Cómo ofrecer tantos datos de una forma que resulte práctica y accesible? Ha habido y hay muchas respuestas, pero todas desde la perspectiva de que «en el diseño está la clave del poder de captación que ejerce la Prensa»<sup>2</sup>.

Los programas han ido evolucionado y en su diseño-diagramación se han reflejado los gustos estéticos (y también las posibilidades compugráficas o lasergráfica) de cada momento y de cada Medio, aunque se ha mantenido como una constante el ofrecer el itinerario y el horario aproximado en un formato que permitiera llevarlo siempre a mano, aunque fuera separándolo del cuerpo principal de la información.

El formato de ABC ha resultado un aliado excepcional para ese propósito y su hoja diaria con los itinerarios y las horas del paso de las cofradías en forma de rejilla se ha convertido en un clásico, imposible de imitar sin caer en la copia y difícil de superar con fórmulas alternativas, aunque algunas de ellas han resultado ser muy ingeniosas y atractivas.

Con esa rejilla en la mano, el lector cambia su relación con el Medio y con el entorno. Como si se tratara del mando a distancia de un televisor cuya pantalla es la propia Sevilla, con él se integrará en la parte de la realidad que más le guste, le convenga o le interese, interpretando por sí mismo los datos que se le ofrecen sin comentario. Los comentarios, cuando los hay, son del propio lector y están destinados a la interpretación para sí o para terceros de esos datos que le llegan en estado puro.

En realidad, el lector hace mucho más, pues interviene en el propio proceso y nada menos que en su culminación, que es la jerarquización de la información. En

---

<sup>2</sup> EL-MIR, A. J.: *Diseño, color y tecnología en Prensa*. Prensa Ibérica, Barcelona, 1995, pág. 14.

la elaboración de los Programas de Semana Santa se cumplen los requisitos de elaboración de cualquier producto periodístico, «*es decir, ir a buscar y recoger elementos informativos y hechos que posteriormente puedan ser transformados en noticias u otro tipo de géneros periodísticos*»<sup>3</sup>. Pero el proceso de producción periodística, que implica dar prioridad a un asunto sobre otro y decidir cómo representamos esa jerarquía de importancias (adjudicando dimensiones, volumen y ornato tipográfico, iconográfico o policrómico), culmina con un conjunto de decisiones que en este caso son cedidas al lector, que es quien «cierra» el producto a su conveniencia. Así, el programa que un periódico ofrece cada día es igual para todos los lectores, pero luego cada uno de ellos lo usa de manera individualizada, culminando la producción de «su» programa con una manera determinada de doblarlo, con anotaciones, con subrayados y quizás hasta con correcciones.

He utilizado el símil del mando a distancia porque, como en el caso de este instrumento, el programa del periódico permite al lector seleccionar lo que le interesa de entre todo lo que está pasando en ese momento. Otro paralelismo, de no menor importancia, es que quien tenga el programa controla su entorno, decidiendo qué se ve y a dónde se va, de la misma forma que quien tiene el mando decide lo que la familia verá en la televisión.

En el «III Encuentro» se repasa el trabajo que los periodistas sevillanos han hecho con los Programas de Semana Santa que sus Medios ofrecen a los lectores, pero no olvidemos que ese trabajo da como fruto sólo una parte de lo que son los Programas, un producto informativo verdaderamente interactivo, hecho a medias con los lectores, que son los que, finalmente dan la forma definitiva a este género periodístico tan sevillano.

---

<sup>3</sup> LÓPEZ, M.: *Cómo se fabrican las noticias*. Paidós, Barcelona, 1995, pág. 123.

---

## Capítulo 8

---

# Paralelismo entre auge y vicisitudes \*

---

*Francisco Jiménez Bejarano* \*\*

---

**C**asi todos los cofrades, por no decir todos, somos generalmente grandes aficionados al coleccionismo y muy especialmente al coleccionismo de todo lo que se publica sobre nuestras hermandades y cofradías.

Este cofrade que tiene el orgullo de poder decir que pertenece a una quinta generación familiar de cofrades de mi querida Hermandad del Museo, y padre de la sexta, ha tenido la suerte de heredar de sus mayores, además del ser cofrade, esa inquietud por el coleccionismo.

Además del ser y la inquietud, he heredado la propia documentación, especialmente la de mi abuelo Francisco Jiménez Román, hermano mayor durante muchos años de la Hermandad del Museo, y de mi padre, que si bien no ostentó dicho cargo, sí perteneció a distintas Juntas de Gobierno.

Entre esa gran colección heredada y la mía propia formada a través de los años, desde mi juventud, he podido comprobar y es fácilmente contrastable con sólo ver los estantes que ocupan en mi biblioteca, como, a través de los años, ha ido

---

\* Intervención tenida en el panel "Las Revistas y Programas Cofrades vistos desde las hermandades" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Hermano mayor de la Hermandad Sacramental de Congregantes de la Inmaculada Concepción y Cofradía de Nazarenos del Santísimo Cristo de la Sed y María Santísima de Consolación Madre de la Iglesia.



evolucionando tanto en calidad como en cantidad, todo lo que se publica y muy especialmente en los temas que hoy nos ocupa. En esta modesta colección que poseo se observa claramente dicha evolución. Partiendo de los años veinte, se ve el paralelismo existente entre la evolución de estas publicaciones con el auge de las propias hermandades y cofradías y las distintas subidas y bajadas, como digo, paralelas a las vicisitudes históricas que en cada momento han vivido las instituciones cofrades.

Más adelante analizaremos por separado tanto las revistas como los programas cofrades, pero quiero repetir y resaltar como en ambos temas, tanto en su calidad, cantidad y periodicidad de aparición se observa claramente dicho paralelismo, que desemboca en nuestros días en los que contamos, como luego veremos, con grandes y extraordinarias publicaciones en estos aspectos. Decir "El programa" para este cofrade es introducirme en un imaginario túnel del tiempo y trasladarme a la segunda mitad de la década de los cincuenta y primera de los sesenta y verme, de la mano de mis padres y acompañado de mi abuela y mis hermanos, dirigirnos desde nuestra casa familiar en la avenida de Eduardo Dato, frente al colegio Porta Coeli de los Padres Jesuitas, a Sevilla, y más concretamente a la plaza de la Virgen de los Reyes, donde en los primeros años de mi infancia cogía las sillas mi padre por ser el lugar más cercano a la lejanísima avenida de Eduardo Dato, en la que, como digo, residíamos.

De nuestros días de Semana Santa en esa entrañable plaza de la Virgen de los Reyes, recuerdo gratamente, como no, la costumbre infantil de pedir a los hermanos nazarenos la cera y los caramelos, de como las procesiones rodeaban la fuente en sentido contrario al de la marcha de la Cofradía y como volvían los pasos al cardenal que asomado al balcón central del palacio arzobispal oraba ante ellos. Ya también, dentro de esa nebulosa de recuerdos, me viene a la memoria a esos hombres, gente humilde, que portando en la mano en forma de abanico unos pequeños libretos, pregonaban constantemente con ese gracejo que hoy se está perdiendo, aquella frase de todos conocida de "*El programa, el programa, con la lista de las cofradías*". Y como, año tras año, mi abuela le hacía a mi padre el mismo comentario y que no era otro que cuando procesionaba ante nosotros el Santo Entierro y entre los pasillos de sillas nuestro querido pregonero seguía con la venta de sus programas, le decía: "*Alfredo, hay que ver la perseverancia de estos hombres que, a pesar de ser hoy Sábado Santo, siguen con su pregón y venta*".

Guardemos la nostalgia y analicemos el hoy de los temas que nos ocupan.

Con referencia a los programas, en este breve análisis los voy a dividir en tres bloques distintos según la entidad promotora de su publicación:

El primero, los que editan la Prensa diaria de nuestra ciudad, basados en el modelo que el diario *ABC* iba poniendo en nuestras manos año tras año en una evolución interesantísima. Todos ellos de gran rigor en todo lo referente a informa-

ción sobre las distintas hermandades que cada día procesionan, y de gran exactitud en cuanto a horarios e itinerarios. En este sentido no quiero dejar de mencionar ningún medio ya que todos son, repito, de gran precisión y rigurosidad. Desde el ya mencionado *ABC* al extraordinario decano de la prensa sevillana, *El Correo de Andalucía* que ve la luz todos los Viernes de Dolores, y los que publica el *Diario 16* y el *benjamín* de la prensa sevillana: *Sevilla Información*. Desde aquí quiero felicitar a todos los directores y responsables por su calidad.

Otro tanto podemos decir de los que editan algunas emisoras de radio y empresas financieras de ahorro de Sevilla como son: *El Llamador*, publicado por *Canal Sur Radio* que, como anécdota debo decir la gran expectación que se produce cada año cuando llega a nuestra casa Hermandad, la caja conteniendo los ejemplares que se agotan con gran rapidez, repartidos entre los hermanos que en esos días, víspera de Semana Santa, se encuentran en nuestra Casa. *Cruz de Guía*, publicado por la *Cadena Ser*, con igual aceptación entre nuestros hermanos; y el veteranísimo *Gota a gota*. A todos sus responsables igualmente felicito desde aquí por su calidad y los animo para que siga año tras año con su publicación.

No puedo decir lo mismo del tercer grupo que son los publicados con fines publicitarios por diversas imprentas y empresas y que, en mucho casos, con el mismo formato aparecen publicidad de empresas. En ellos observo una falta total de rigor informativo tanto de horarios, itinerarios como de los datos que aportan de muchas hermandades como pueden ser los estrenos, etc. Y desde aquí hago una llamada a los responsables para que pongan la publicación en manos de expertos para que mejore tanto su presentación como su información.

En cuanto al otro tema, las revistas cofrades, es tan amplio que podríamos hablar durante horas y horas. Resumiendo, creo que se debe hacer un breve comentario sobre algunas ya desaparecidas, otras que hoy se siguen publicando y, llamar la atención sobre publicaciones periódicas que se echan en falta.

Buceando en mi propio archivo, y trasladándonos también en el tiempo de la época de mi padre, traigo aquí, a modo de ejemplo, una interesante revista algo mutilada por el tiempo y que dejó de publicarse, pero de gran calidad tanto informativa como gráfica para su época y que, mezclando la publicidad y la información, salía cada primavera por la década de los años cuarenta y cincuenta. En modelo parecido, mezclando publicidad y en este caso, la imagen gráfica, cedida por grandes fotógrafos aficionados y profesionales, era editada por una empresa de publicidad y vio la luz durante varios años consecutivos y también hoy, tristemente, ha dejado de editarse.

Siguiendo este recorrido por este tipo de revistas, quiero recordar una dirigida por el periodista Fernando Gelán, también desaparecida, titulada *El Cofrade*, de gran calidad y que hoy continúa con otra publicación periódica titulada *Agenda Cofrade*.

También está *Tabor y Calvario* de una gran veteranía ya por sus años de edición, etc...

En definitiva, todas ellas de una aceptable calidad tanto en el caso de las que se editan durante todo el curso cofrade como aquellas que sólo aparecen en Cuaresma.

Para terminar quiero dejar constancia aquí de un nuevo tipo de publicación que últimamente se está editando y son los periódicos que, a nivel de barrio o distrito, se están distribuyendo y llevando a cada domicilio a través de los buzones.

En concreto quiero referirme al periódico de Nervión, *Página XXI*, al que desde aquí quiero agradecer muy especialmente a su director, las atenciones múltiples que tiene con la Hermandad del Cristo de la Sed.

En sus páginas mensualmente informa a todos los vecinos de nuestro barrio de todas las actividades de ese mes de nuestra hermandad y todas las acontecidas en el anterior, con profusión de fotos e información. Este tipo de publicaciones especialmente para las hermandades de barrio en la que un alto porcentaje de la nómina de sus hermanos reside en el propio ámbito del barrio, pueden servir a partir de ahora de gran trampolín informativo y complemento del propio Boletín de la Hermandad.

Para terminar, desde aquí animo a las empresas, instituciones culturales, medios informativos, etc..., a seguir buceando en este mundo de las revistas cofrades para que cada día aumente la cantidad y calidad de estas publicaciones.

---

## Capítulo 9

---

# Perpetuar el dinamismo estético y evolutivo \*

---

*Federico Rupérez Pino \*\**

---

**N**o me cabe la menor duda de que al fenómeno de la importancia y trascendencia como son las Hermandades y la Semana Santa, para Sevilla, los Medios de Comunicación de la ciudad no puedan permanecer ajenos. Ya que estas asociaciones y este acontecimiento, se convierte, en alguna forma, en la espina dorsal que vertebra la sociedad sevillana, porque son patrimonio de Sevilla y en modo alguno de exclusividad de nadie.

Esa es precisamente una de sus grandezas sociales. Y es que las hermandades y las cofradías son para la ciudad de un gran arraigo social, artístico y espiritual. Social porque es capaz de aglutinar todas las capas sociales, en armonía, bajo unas normas aceptadas y compartidas por todos. Artístico y cultural, porque difícilmente se podrá encontrar, conjugar y armonizar tantos elementos de belleza y estética. Y espiritual como corresponde a una asociación religiosa. Para las hermandades, las tres tienen su importancia, pero, lógicamente, las dos primeras son un medio, la espiritualidad un fin.

---

\* Intervención tenida en el panel "Las Revistas y Programas Cofrades vistos desde las hermandades" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Hermano mayor de la Fervorosa Hermandad Sacramental del Señor San Sebastián y Nuestra Señora de Prado y Cofradía de Nazarenos de Nuestro Padre Jesús de la Victoria y María Santísima de la Paz.

Y todo ello, que el sevillano entiende y respeta, es un buen caldo de cultivo para que a su amparo nazcan y se creen revistas especializadas y programas que perpetúen el dinamismo estético y evolutivo de las Hermandades y de la Semana Santa.

Las revistas, en sus diversas facetas y peculiaridades, son como el vademécum y muestrario de todo lo referente a este asunto. Tratan de mostrarnos la evolución de las Hermandades, en un camino iniciado, en algunos casos, hace siglos, pero enmarcándolo en una manifiesta actualidad. Informando, en la lógica de los tiempos, poniendo especial interés en lo noticiable de cada Hermandad, pero sin intentar menoscabar la vida íntima de las hermandades. En algunos casos, retomando de los archivos, imágenes inéditas e insólitas; sacando a la luz noticias pertenecientes al pasado, quizás olvidadas en cualquier rincón de un libro de actas. Ello ha dado pie a que Medios de Comunicación escritos opten, a la vista de la riqueza escondida, por sacar a la luz coleccionables, fascículos y separatas, en el tiempo cuaresmal, cuando, lógicamente, encuentran mayor eco en sus lectores.

Y si una Cofradía es una Hermandad en la calle, los Medios de Comunicación, en su afán de dar y acercar la idiosincrasia de cada recorrido, se esmeran en la edición de un programa, dando cumplida cuenta de todos los itinerarios, horarios, bandas de música, cuadrillas de costaleros, capataces, número de hermanos, y una larga lista de datos que, en su inmensa mayoría concordarán con la realidad, predisponiendo al espectador a que no se pierda un detalle de la Cofradía. Es más, hasta para los más consumados cofrades y capillitas, conocedores desde su niñez de toda la nómina de hermandades, el programa es artículo indispensable para buscar y descubrir nuevos rincones, nuevas esquinas y nuevos decorados que realcen el movimiento sincronizado de un varal o las sombras de la luz de la candelería reflejadas en un balcón que, de tanto mirar en los pasados años, se escaparon de sus retinas. Y para colmo de bienes, a través de las ondas, nos llegará la explicación más perfecta de la composición de una marcha procesional, la descripción más detallada de una chicotá o de una vuelta eterna, el rachear del costalero, la saeta de voz rasgada, la voz del capataz, el golpe del martillo o el murmullo del gentío. Y, al final de la Semana Santa, se hará hasta un balance.

Se hablará de los minutos dejados en Campana por alguna cofradía, de los exornos florales. Se hablará de los tiempos de paso... y hasta de modificar la Carrera Oficial.

Porque nuestra Semana Santa me gusta con locura, no quito ni una coma de lo dicho, seguro, de que muchos lo ampliaría con más conocimientos que yo. Por ello, alabo el trabajo y esfuerzo de los responsables de los Medios de Comunicación que tratan de facilitar y mostrar toda la belleza externa de las cofradías.

Pero quizás sin querer, o por desconocimiento, yo al menos así lo veo, se olvidan o no se presta atención, a la esencia más íntima de la Semana Santa y hermandades. Se olvidan de la otra estación de penitencia. Se olvidan de la labor realizada de catequesis urbana. Se olvidan del auto sacramental evolucionado de nuestros días. Se olvidan del genuino sentimiento y la razón de ser de la Semana Santa y cofradías.

Quizás porque haga falta profundizar más en el sentido interno de la Semana Santa, sin abandonar toda su belleza manifiesta, llegando a las entrañas de su celebración.

Sólo así, y así lo creo yo, sería una auténtica celebración de la Semana Santa. La celebración de la Pasión, Muerte y Resurrección del Hijo de Dios Padre. O quizás todo esto esté en las entretelas del corazón sevillano y en mi torpeza no soy capaz de descubrirlo. Por favor, ¿alguien me lo quiere descubrir?

### Una perspectiva exterior \*

---

*Dr. Javier Criado Fernández \*\**

---

**R**ealmente, para mí es una satisfacción hablar ante periodistas o futuros periodistas porque sois los responsables de la información y de la formación futura en muchísimos aspectos de la vida, dado que esa es una labor fundamental del Periodismo, se quiera o no se quiera -lo quiera la persona que lee o no lo quiera y lo quiera la persona que ejerce la profesión o no lo quiera-. El periodista es como el médico que dice: *“yo quiero dedicarme a la investigación y no al enfermo o, al contrario, yo quiero dedicarme al enfermo y no a la investigación”*: eso es una estupidez, el que se mete en el campo de la ciencia y del conocimiento de una ciencia, sea en la rama que sea, abarca cualquiera de las facetas que esa ciencia lleva consigo -le guste más o le guste menos- y vosotros el día de mañana, tendréis la función que tendréis puesto que hay quien separa la formación de la información, vais a incidir de una manera muy específica sobre todo el campo de lo que tratéis. Por lo tanto, creo que es fundamental y prioritario el preocuparse de esas facetas vuestras porque, *en un sentido muy amplio, tendréis una gran influencia sobre todos los fenómenos que tratéis.*

---

\* Intervención tenida en el panel “Las Revistas y Programas Cofrades vistos desde las hermandades” celebrado en el “III Encuentro sobre Información Cofrade”.

\*\* Hermano mayor de la Archicofradía del Santísimo Sacramento y Pontificia y Real de Nazaremos de Nuestro Padre Jesús de la Pasión y Nuestra Madre y Señora de La Merced.

Y el fenómeno que vamos a tratar ahora es qué opinión nos merece tanto las revistas cofrades como los programas cofrades. El programa cofrade es, siguiendo la línea que he mantenido hasta ahora, prioritariamente informativo. No sé hasta qué punto vosotros sois conscientes de la necesidad que hay hoy día de información porque hay una absoluta necesidad de cultura. Es verdad que los Medios de Comunicación ofrecen mucha información pero si eso no está bien basado, desde un punto de vista formativo por parte del individuo que proporciona la información, vais a caer en lo que pueda ser una pseudocultura y hoy cuando se habla del 'mundo de lo pseudo' -el mundo de la apariencia, pero no de la realidad- y, sobre todo, del mundo del conocimiento y del sentimiento -y ambos mundos afectan mucho al campo de la Semana Santa porque se están dando vivencias que se fundamentan en la fe, en las creencias, en sobrenaturalidades, en experiencias humanas, en la genealogía humana, casi genética, etc...- todo tiene una trascendencia importante y la labor informativa es fundamental.

La labor informativa de los Programas de Semana Santa va desde el saber iconográficamente de qué está constituida la Hermandad hasta saber a qué hora la puedo ver, ambas facetas resultan imprescindibles porque si yo voy a ver algo que ni siquiera sé qué es, malo, y si lo que conozco no voy a tener oportunidad de verlo, malo también. Digo esto porque muchos de vosotros podéis caer en la tentación de criticar el Programa del Horario y, sin embargo, yo creo que es una tarea fundamentalísima desde el punto de vista periodístico ofrecer la posibilidad de la contemplación de un fenómeno que se desarrolla en la ciudad. Y en cuanto a la opinión que se tiene respecto a la información que contienen sobre lo que se va a ver, también me parece primordial.

Me quisiera centrar más en lo que se conoce como *revista cofrade* que en el programa en si porque en las revistas cofrades es donde se dan más opiniones y por lo tanto se incide mucho más en la capacidad de crítica, en la crítica misma y en lo que esa crítica presupone en el mundo, en el submundo y en el entorno de las cofradías.

Las cofradías somos muy especiales, somos muy endogámicas, nosotros vivimos de nosotros, para nosotros y alrededor de nosotros y esta es la verdad. El que piense que una Cofradía está imbuida en el medio natural donde se encuentra está equivocado. Las cofradías tienen, por ejemplo, 3.500 hermanos; está claro que el hermano se mete mucho en la sociedad, pero está también muy claro que los hermanos no participan excesivamente en el mundo diario de las cofradías. En el mejor de los casos, una Cofradía de muchos hermanos puede tener un día a la semana de convivencia especial unas doscientas personas y es posible que las haya, de hecho, en Pasión, un viernes por la tarde después de la misa se encuentran esas doscientas personas en el Salvador; pero ese es el día que van, el resto de la semana van cinco o seis hermanos y estamos hablando de una nómina de más de tres mil personas. Es



decir, nuestro propio contacto con la Hermandad es muy limitado, por lo tanto este 'mundillo' de dentro normalmente se dedica a congratularse de lo que hace, a poner incienso a nuestras propias actividades, las cuales por un lado, está claro que son positivas si no las hermandades hubieran desaparecido -las cosas no desaparecen cuando crean una función que no sólo es admitida, sino seguida por un sector determinado de público-; en segundo lugar, es que no se habrán hecho mal porque cuando las cosas no van bien terminan por modificarse. Luego las hermandades tienen su función y su praxis, positiva.

También es verdad que existe una cierta desunión con el mundo de fuera. El mundo interno de la Hermandad es muy complicado y conocerlo resulta muy difícil: es cierto que el universo de las cofradías es muy vivencial, muy infantil... El sentimiento cofrade se transmite de padres a hijos y tiene una especial trascendencia de modo que llega un momento en el que el cofrade confunde la terminología y piensa que él mismo es poder por estar dentro de lo que teóricamente pudiera ser el órgano ejecutivo de la Hermandad, lo cual es absolutamente absurdo, pero lo piensa y lo siente así porque, además, todas las vivencias que tiene vienen de una historiografía muy larga y muy antigua que es muy fácil que se transgredan y de esa transgresión crea verdaderos escándalos.

No hay un mundo donde sea más fácil romperse las vestiduras que en el mundo de las cofradías; cualquiera se escandaliza por cualquier cosa. En este aspecto, el Periodismo tiene una labor importante que hacer porque la crítica hace que el endogámico mundo nuestro tengan, al menos, una perspectiva exterior. Aunque a mí me gustaría matizar un punto: desde mi experiencia creo que es mejor que el periodista que analice las cofradías no sea muy cofrade porque el informador cofrade cae en el mismo vicio nuestro, en este caso tendríamos una información donde sigo siendo yo, con todo lo bueno y todo lo malo. Mientras que una visión desde fuera, habiendo tomado conciencia de lo que es, ayuda mucho más a las hermandades y a las cofradías, en contra de lo que muchas personas opinan. Y tercero, porque la creación de una idea es buena y cualquiera que elabore una información o una opinión está incidiendo de algún modo sobre los problemas y los aspectos positivos de la Semana Santa del futuro.

Mi opinión, y con esto termino, es que la Semana Santa de Sevilla ha llegado en su expresión en la calle a un cenit; en cuanto a masificación, que se ha mantenido durante algún tiempo y ahora estamos en los prolegómenos de una caída, significativa y, además, hay toda una serie de datos objetivables al respecto. Creo que es fundamental para el mundo de las cofradías, con más o menos gente, con mayor o menor masificación -la cantidad de gente nunca ha sido un problema para las hermandades-, el enfoque que periodísticamente se haga porque, repito, este es un mundo donde el sentimiento aflora enseguida, donde el sentimiento cuando aflora y no se expande se resiente, donde por lo tanto los resentimientos son fuertes y las

vivencias muy acusadas y donde periodistas pueden realizar un análisis que fructifique todo lo que tiene de positivo sociológicamente hablando este fenómeno. Cualquiera persona, que no tiene por qué ser católico, que se introduzca en un mundo marcado por el sentimiento para analizarlo desde fuera, puede llegar a realizar una labor verdaderamente positiva.

# Sabemos por los Medios \*

---

María Teresa Garrido Conde \*\*

---

**L**os alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla saben que existe una asignatura en el penúltimo curso de la carrera que se titula Información Periodística Especializada, IPE si utilizamos las siglas. También, que en esos «periodismos especializados» están Periodismo Cultural, Periodismo Social, Económico, Político, Educativo, Deportivo, etc. Santiago Sánchez Traver en el libro *Periodismo y Cofradías*, que recoge los textos del “I Encuentro sobre Periodismo Cofrade”, celebrado en 1995, afirma que «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»<sup>1</sup>.

Mis alumnos saben que, en no pocas ocasiones, he afirmado lo mismo: que en una ciudad como Sevilla y en una región como Andalucía, no estaría de más que en las Facultades de Ciencias de la Información se impartiera «Periodismo Cofrade». La razón es muy sencilla: en nuestros periódicos, emisoras de radio o televisión, a lo largo del año y no solo en Semana Santa, o Cuaresma, hay más informa-

---

\* Intervención tenida en el “III Encuentro sobre Periodismo Cofrade.

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

<sup>1</sup> SÁNCHEZ TRAVER, Santiago : «Ante un Periodismo Cofrade» en AA. VV.: *Periodismo y Cofradías*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, número 4 de la col. “Pliegos de Información”, Sevilla, 1996, págs. 13-14.

ción cofrade que de otras materias que tienen su propia sección y también, que, si llega un periodista de fuera, en cualquier área hace mejor papel que si se ocupa de la información cofradiera, o de hermandades, ya que las claves, el lenguaje, el interior y la que llamamos «intrahistoria» de las cofradías es de más difícil aprendizaje que lo referente a otros temas que pueden ser más o menos iguales en cualquier otra región o provincia. Ante la carencia de fuentes y estudios, estos “Encuentros sobre Información Cofrade” tienen un gran sentido y gozan del favor de los alumnos, de las hermandades y de la sociedad en general<sup>2</sup>. Vienen a llenar un hueco absolutamente imprescindible para quienes nos ocupamos de la Información y la Comunicación en esta ciudad; también para quienes, como sevillanos y como andaluces, nos vemos en la obligación de explicar el sentido de las cofradías a todos aquellos que acuden a nuestra ciudad con espíritu turístico o curioso, sin otra preocupación, y pensando de antemano, que durante la Semana Santa se van a encontrar con un magnífico espectáculo que encima, no cuesta ni siquiera dinero.

El papel de informar de los más variados aspectos de la Semana Santa es, hasta ahora, de los periódicos, aunque exista, naturalmente bibliografía de temas concretos, y aunque cada año se editen varios programas y surjan monografías de los más diversos aspectos. El periodista especializado en estos temas debe conocer la Historia de Sevilla y sus claves culturales, sociales e históricas; ha de saber Historia del Arte y la vida interna de las hermandades que forman parte del entramado de la ciudad desde hace muchos siglos. Además ha de ser persona sensible a los temas religiosos sin olvidar que en el centro de todo están la Pasión y Muerte de Jesús<sup>3</sup>.

Hay que agradecer a los diarios *ABC* de Sevilla, *El Correo de Andalucía* y más recientemente *Sevilla Información* así como a las emisoras de radio locales y regionales el seguimiento de los temas cofrades y los diferentes ángulos de análisis desde los que los abordan. De ahí que ante la responsabilidad de formar a periodistas

---

<sup>2</sup> Cuando efectuábamos las correcciones de imprenta, ya a inicios del mes de marzo de 1998, decimos introducir esta nota: la obra en fascículos denominada *Guía apasionada de la Semana Santa*, que en estos días está publicando la edición andaluza de *El Mundo*, debida a Antonio Burgos, era y es absolutamente necesaria y aunque aún no ha terminado su publicación, se estima ya como obra básica para el conocimiento de la Semana Santa sevillana. Veintitres fascículos que, según el autor, tratan de ofrecer «una aproximación a una consideración literaria, artística, etnográfica y cultural de la Semana Santa de Sevilla en una visión de autor».

<sup>3</sup> Cuando poníamos a punto la impresión del contenido de esta intervención tenida en el “III Encuentro”, no nos resistimos a dejar constancia de la entrevista aparecida en la columna “Perfil” del diario *ABC*, de 15-3-98, donde el escritor Francisco Rincón Hernández, a raíz de su reciente obra *Casi todo sobre la Hermandad de la Cena*, manifestaba que sus fuentes de información son los recortes de los periódicos, fundamentalmente de *ABC*, que colecciona desde hace veinticinco años.

andaluces y sevillanos abordemos este tema del Periodismo Cofrade desde el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información. Es una manera de ayudar a los periodistas de ahora y a los futuros periodistas, así como de aportar también nuestro trabajo investigador a los temas de las hermandades y cofradías de Sevilla.

El sevillano es hospitalario, con una hospitalidad que a veces, sobre todo, fuera de Sevilla, es discutible. Se dice que es «un hospitalario de calle», «de ciudad», pero que no abre las puertas de su casa a los extraños así como así. En esa «hospitalidad de calle» entra «enseñar la Semana Santa». Es una actividad tan agotadora que a veces lleva a la desesperación; porque el forastero no quiere sentir, quiere saber y saber y eso obliga al anfitrión a explicar y explicar, en vez de sentir y disfrutar que es lo que haría si no tuviera que explicar. Todos nos sentimos guías turísticos y se nos va el alma explicando y explicando para que sientan como nosotros.

Es verdad que falta información sobre Semana Santa; que cada año los pregoneros investigan hasta el más mínimo dato para completar su pregón y terminan explicando cada uno «su Semana Santa» y aportando bibliografía y sobre todo vivencias, pues la Semana Santa de Sevilla es una vivencia personal en la que al final sobran todos los datos y todas las respuestas que nos hacen dar todos los que la visitan (o viven) la primera vez.

Y es que la Semana Santa de Sevilla no se comprende desde fuera ni siquiera como espectáculo. Como dice Burgos está fuera hasta de la lógica cronológica: Aparece el Señor muerto el Domingo de Ramos casi a la vez que en «la Borriquita» entrando gloriosamente en Jerusalén.

Si difícil es conocer la Semana Santa, mucho más intentar conocer el fondo de las hermandades de las que se dice son fuente de poder en la ciudad y por lo tanto, motivo de tensión interior a la hora de las elecciones de las Juntas de Gobierno.

He oído decir varias veces a un ilustre hermano mayor que ha colaborado con el Equipo desde el “I Encuentro” y que lo sigue haciendo en la presente edición, que cuando en un tema hay mucho amor, mucha pasión, mucho interés y mucho sentimiento, lo normal es que algunas veces se pierda el control y surjan diferencias, discusiones y se pueda dar la imagen que algunas hermandades son foco de discusiones, críticas y enfrentamientos por su control<sup>4</sup>. Como está aquí él lo podrá explicar mejor que yo. En el tema de las cofradías y hermandades de penitencia de Sevilla esto es lo que ocurre. Ni lo más nimio pasa desapercibido a los «capillitas»

---

<sup>4</sup> Nos referimos a Javier Criado, hermano mayor de «Pasión».

y que conste que esta no es una denominación peyorativa aunque puede resultar así en boca de los que no saben nada de nada; es sencillamente un vocablo surgido para designar a estos cofrades que siendo de una o dos hermandades, se interesan por todo lo relacionado con la Semana Santa.

Tanto interesa que la propia autoridad religiosa no es ajena a lo que dentro de las hermandades sucede y aunque estamos hablando de un fenómeno religioso, tiene unas particularidades propias. Las autoridades religiosas, desde el cura de la Hermandad, hasta el cardenal (no olvidemos que Sevilla ha sido sede de un Príncipe de la Iglesia, aunque en estos momentos no lo tenga) poco tienen que decir en el tema de las hermandades y cuando lo dicen, con extremada cautela y después de conocer a fondo el hecho, casi nunca complace a todos, porque cada sevillano tiene su propio criterio y es muy difícil que lo modifique. A este respecto existe un estudio que se hizo a propósito de los efectos de la propaganda y la publicidad en cuanto a los cambios de criterio. Se trataba de ver en que aspectos la gente está dispuesta a cambiar para saber por donde tenían que ir los discursos. Se llegó a la conclusión, por otra parte obvia, que en las actitudes profundas el hombre no cambia, por lo que la propaganda y la publicidad son inútiles. Se trataba entonces de averiguar cuales eran las actitudes profundas. Ni la política, ni la Religión, en el sentido más amplio, ni la familia..., el hombre puede cambiar de credo religioso, de esposa, de partido político, y por esos caminos puede actuar la propaganda; pero, curiosamente, el hombre no cambia ni de equipo de fútbol, ni de Hermandad si hay alguna que considera suya. Por eso vemos que nunca hay campaña para convencer a sevillistas para que se hagan béticos, ni lo contrario, ni la Hermandad del Gran Poder o de la Macarena, o de cualquier otra, hace propaganda para captar adeptos entre los hermanos de Pasión, o de la Esperanza de Triana. Eso es intocable, lo que no quita para que un buen sevillano amante de la Semana Santa pueda disfrutar viendo cualquier Cofradía, visitando cualquier iglesia, y lo podamos encontrar rezando ante cualquier imagen y admirando cofradías en el más bello rincón.

No he perdido el hilo de mi cometido como "Introducción" al panel de hermanos mayores y no quiero restar más minutos a los verdaderos protagonistas de la sesión que son los hermanos mayores de las hermandades del Cerro, La Paz, La Sed, Los Dolores y Pasión. Sólo quería aportar algunos aspectos que como estudiosa de los procesos comunicativos me preocupan: El primero incidir en el hecho de que la Información Cofrade entra dentro de lo que conocemos por Información Periodística Especializada, que en cada región, o cada ciudad tendría que tener sus características; que existen lectores que esperan durante todo el año este tipo de información y que los periódicos y los restantes Medios de Comunicación lo han ido comprendiendo al hilo del éxito de sus ediciones. Casi todo lo que sabemos de Semana Santa lo sabemos por los periódicos o por la radio. Las televisiones están cumpliendo un gran papel a la hora de llevar a las casas lo que sucede por nuestras calles a

aquellas personas que por diversos motivos no pueden salir; también organizando debates y programas especiales desde que empieza la Cuaresma. Las nuevas emisoras locales, *Onda Giralda* y *Canal 47*, sabedoras del interés que los temas cofrades suscitan han programado debates, concursos, intervenciones de todo tipo sobre temas de hermandades que están alcanzando grandes cotas de audiencia. De la misma manera, los libros sobre temas cofrades se multiplican y a los buenos sevillanos no se irán a la playa en Semana Santa por buen tiempo que haga. Al revés, quieren que haga buen tiempo para que se vayan a tomar el sol todos los curiosos, los que rompen los momentos sublimes con una tontería, los niños que hacen la conga en medio de una bulla, los adolescentes que tienen permiso para volver tarde a casa, pero lo toman para diversión, coqueo, movida, y si ven de lejos algún paso, salen corriendo para que no les corte su ritmo.

Hasta para observar estos fenómenos sociales están los periodistas, y para estudiarlos, el cometido de esta actividad. Los ilustres hermanos mayores que nos acompañan podrán sin duda aportar su visión y su experiencia sobre el tema del Periodismo Cofrade, y, en concreto, sobre las Revistas y Programas Cofrades, tema del "III Encuentro". Por mi parte, no queda más que agradecer a todos los estudiosos, periodistas y Medios de Comunicación que se ocupan de los temas referentes a la Semana Santa de Sevilla su aportación y animarles a que sigan trabajando por nuestra tradición y nuestra historia con lo que demuestran que es un tema vivo pues está continuamente creciendo y recibiendo las más diversas aportaciones.

---

## Capítulo 12

---

### Las Revistas vistas desde *Tabor y Calvario* \*\*

---

Joaquín José Rubio Pastor \*\*

---

**H**aré un poquito de historia, de quien somos nosotros. Allá por la primavera del año 84, a unos locos -y digo locos porque para hacer algo así no se puede estar muy bien de la cabeza-, y esos locos éramos mi padre y yo, se nos ocurrió elaborar una Revista de Semana Santa como las revistas de Semana Santa de antaño. Era una tradición de la Sevilla de los setenta, sesenta inclusive, que en Cuaresma, lo mismo que hoy en los arrabales y en las orillas del río ensayan las Bandas de las Hermandades sus marchas o igual que por cualquier calle los días más cercanos en el tiempo de Cuaresma puedes encontrar varios coches en cola y es que hay un paso ensayando, eran varias las revistas que en forma de bello mantón adornaban los kioscos y librerías de nuestra ciudad: revistas como *Calvario*, *Albores de Primavera*, *Pasión*, *Amargura*, *Macarena...* y un largo etcétera. Nosotros nos dimos cuenta de que habían desaparecido todas y puedo decir todas porque quizás la que más durase fue *Albores de Primavera* y su último número salió hacia el año 79/80 -doy este margen porque no quiero prestarme a error-. Entonces nos lanzamos, como aquel que dice, a la aventura porque era una aventura hacer una revista sin ningún medio económico de subvención oficial, sino todo costeado a base de pequeña publicidad buscada entre los comercios céntricos sevillanos, con un número de

---

\* Intervención tenida en el panel "Las Revistas Cofrades vistas por sus responsablesdes" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Director de *Tabor y Calvario*.



cincuenta y cuatro páginas en fotomecánica antigua, es decir, en impresión con planchas, con portada a todo color, encuadernada... desde luego, era toda una aventura lo que se nos acercaba. El primer año tuvimos que buscar colaboradores, aunque contamos con firmas de calidad donde se pueden reconocer cofrades ejemplares como Rafael Bellido Caro, obispo de Jerez, o Ramón Martín Cartaya por citar algunos. Aquello poco a poco fue tomando cuerpo, cada vez se veía más cerca, se iba a hacer realidad y el día 2 de abril del citado año, en la casa-hermandad de Amargura, era presentado el primer *Tabor y Calvario*. Con la Virgen Reina de San Juan de la Palma en su portada, el delegado del Domingo de Ramos del Consejo General de Hermandades y Cofradías, Manuel Rodríguez Hidalgo, y el hermano mayor de la Cofradía, en aquella época Ernesto Ollero Tasara, presentaban el primer número de *Tabor y Calvario*.

Mucha gente se preguntaba por qué *Tabor y Calvario*, qué significa *Tabor y Calvario*, porque lo de Calvario si es muy conocido y está muy relacionado con la pPasión y, por lo tanto, con la Semana Santa, pero lo de *Tabor*... Pues bien, pensando en nuestras hermandades a las que mi padre y yo pertenecemos, quisimos fijarnos en el primer titular de la Hermandad de la Amargura, el Señor del Silencio en el desprecio de Herodes, y en su túnica blanca -que es una túnica de burla, una túnica de desprecio que le puso el tetrarca de Galilea-, quisimos ver su glorificación, su glorificación en la transfiguración, en la fiesta del Divino Salvador que se celebra el 6 de agosto y en otro titular de otra de nuestras cofradías, en el Cristo de Burgos, quisimos ver la muerte, la pasión, la penitencia, el sufrimiento... Por eso cogimos los nombres de esos dos montes: el monte de la pasión, de la muerte, del sufrimiento... que es el Calvario y el monte de la glorificación, de la transfiguración... que es el Tabor, para combinar la gloria con la pasión y el dolor con la alegría.

A partir de entonces comenzamos a elaborar la publicación, anualmente, para que cada Cuaresma saliera a la calle y como he dicho anteriormente, con firmas de reconocido prestigio. Poco a poco intentamos irla mejorando, introducimos nuevos métodos de fotomecánica, de tipografía offset..., y así llevamos una andadura de cinco años más hasta el 89 y en el 89 quisimos que esta revista, manteniendo el mismo formato de folio, el mismo papel -un papel cuché con brillo, de 130 ó 140 gramos- saliera todos los meses, con tal de dar más información y de intentar poner más cosas en la información puramente periodística, en la noticia de actualidad, en aportar documentos históricos, artículos de investigación.

De hecho, y hablando ya del presente, me enorgullece ver libros o enciclopedias sobre Semana Santa que en sus bibliografías hacen referencia a artículos que han sido publicados en *Tabor y Calvario* por el, desgraciadamente desaparecido, Francisco de Paula Cuellar o por José González Isidoro, entre otros. A mi me llena de orgullo que a partir de esta nueva etapa fuese redactor jefe de la revista, Ramón de la Campa, quien me comenta que la Hermandad del Señor de la Salud y la Virgen

de las Angustias están trabajando en el proyecto de la publicación de un libro con motivo del traslado de la Cofradía al antiguo templo del Valle gracias a unos artículos que el escribió y publicó en la revista *Tabor y Calvario*. Como me enorgullece que se acordaran de nosotros para aportar nuestro granito de arena en este análisis sobre "*Revistas y Programas Cofrades*". Pero no todo es destello, bonito y con brillo, también hay muchos sinsabores. Para elaborar una Revista de Semana Santa, lo primero que hace falta es gustarle a uno mucho la Semana Santa, ser cofrade, estar metido en el mundo de las cofradías y conocer como son los individuos, las personas que las integran, que están dentro, eso en primer lugar. Lo segundo, por supuesto, es gustarle a uno la publicación de un Medio de Información, en este caso escrito, de una revista. Lo tercero, también muy claro, es tener una disponibilidad muy grande, servicio y entrega porque te tienes que quitar muchas horas de estar con la familia, de tomarte unas copas con los amigos, inclusive de trabajo, para llevarte una satisfacción personal pero no lucrativa. Y, desde luego, no hacerlo con carácter comercial ni mucho menos.

Quisiera ahora exponer algunos de los problemas con los que nos encontramos nosotros y la mayoría de los medios y es la cuestión económica debido a varios puntos. Primero, y ya lo comenté anteriormente, no encontramos ningún tipo de subvención, ni de instituciones públicas ni de empresas privadas; salimos adelante tan sólo con las pequeñas aportaciones o colaboraciones de pequeños comerciantes y ¿cómo se soluciona ésto? Sencillamente hay que trabajar, hay que visitar comercios y hay que buscar empresas relacionadas con el mundo de las cofradías -orfebres, tallistas, doradores, bordadores, costureros de túnicas de nazarenos, negocios de escudería, de medallería...-. Pero ¿qué ocurre también con este tipo de empresas? De unos años acá, lo mismo que las Revistas de Semana Santa estamos inmersas en una enorme crisis, los Boletines de las Hermandades han tenido un importante auge, del cual todos debemos alegrarnos. Hoy es rarísima la Hermandad, de las cincuenta y siete cofradías que hay en Sevilla, que no publica su propio Boletín, aunque sea a nivel restringido y distribuido entre sus hermanos. Además, la mayoría, por no decir todas, lo hace de la forma más digna posible -papel cuché, satinado o mate, impresiones en color...- y ¿cómo lo sufragan puesto que se envía gratuitamente a los hermanos? Pues con la publicidad y todos estos orfebres, bordadores y tallistas que teníamos, a los que todas las hermandades que les encargan trabajos, les reclaman también su participación económica para autosufragar su Boletín. Los que le piden la colaboración son sus clientes directos con lo cual se cierran aún más las puertas.

Después, y ya hablo de nuestro caso particular, se mezcla el que uno llega a cierta edad, y hablo concretamente de mi, y tiene que dedicarse plenamente a su profesión, a su trabajo y no puede disponer de tanto tiempo libre como antes. Sacar una Revista de Semana Santa, aunque parezca lo contrario, tiene mucho trabajo porque todos los que colaboran con esa revista y a los cuales les estás enormemente

agradecido, una y mil veces, colaboran desinteresadamente, y hacen sus trabajos de investigación, sus artículos de opinión o sus reportajes en sus ratos libres por lo que, igual te marcas una fecha y no te pueden entregar los artículos para esa fecha, y la imprenta está esperando para meter en máquina en una fecha y no le puedes entregar la documentación o el amterial en esa fecha y ellos tienen que realizar su trabajo con lo que van pasando los días y se pierde mucho tiempo. Por eso afirmaba que la disponibilidad y el servicio tienen que ser muy grandes, tienen que ser enormes.

Actualmente, podíamos decir que desgraciadamente no existe en Sevilla, y ojalá existieran muchas, ninguna Revista de Semana Santa que pueda ser, con una difusión mensual o trimestral, un importante documento como los cofrades esperan porque se mezclan todas estas cosas de las que hemos estado hablando. Y para mí es motivo de otra satisfacción porque, igual que tiene muchos sinsabores, también tiene muchas alegrías cuando me preguntan por la revista, cuando se preocupan, porque el público es bueno y no se puede tener ninguna queja de ello ya que te suele apoyar. Pero, a excepción de una publicación, el *Boletín de las Cofradías de Sevilla*, que no es propiamente una revista y que tampoco tiene el formato de una revista, pero que su contenido es más el de una revista que el de un boletín es, gracias a la labor de su anterior director, José María Lobo, y a Isidro Suárez, su actual director, la única publicación que, en líneas generales, enmarca por su contenido lo que tiene que ser la revista. Y digo que es una lástima porque estamos en Sevilla, cuando vas a cualquier punto de la geografía andaluza para hablar de Semana Santa al hablar de Sevilla, salvo en raras excepciones, Sevilla es cruz de guía y cruz de guía muy adelantada. Y te vas a cualquier capital, por ejemplo a Cádiz, y te enorgulleces de que una revista privada, sin ningún tipo de subvención y sin dependencia de ningún organismo cofrade, como pueda ser la Agrupación de Cofradías, *Sentir Cofrade*, se inspire en *Tabor y Calvario*, con la dirección de José Manuel Rojas. Pero vas a Córdoba y también hay y a Málaga y en Huelva, donde hay muchas cofradías, te encuentras dos. Incluso te acercas hasta algunos pueblos como Alcalá de Guadaira con *Pasión y Gloria*, a Sanlúcar, a Arahál... y también las encuentras y resulta que en Sevilla no las tenemos. He aquí la cuestión.

Personalmente, me encantaría que hubiera muchas, cada una con su sello, con sus características, pero todas tendrían un hueco, sin ningún ánimo de lucro. Sin embargo, siempre nos encontramos con el problema de la financiación que podíamos decir, a modo de conclusión, que es el problema principal del medio. A nosotros, nuestra revista, con todas las características que dije antes, y para cualquier Hermandad sacar a la luz una publicación de características similares cuesta mucho dinero y no encontramos ningún tipo de financiación y, como manifesté antes, cada vez hay más dificultad para encontrar ese pequeño anunciante.

Para finalizar, mis ánimos para trabajar el tema, porque siempre hay que ser optimista, y que procurásemos entre todos que Sevilla tenga sus buenas Revistas de

Semana Santa y que luchemos con mucha ilusión contra estos contratiempos, aunque siempre con mucho cariño, gustándole a uno mucho las cofradías, gustándole a uno mucho elaborar una publicación y desde luego sin tener ninguna ambición económica.

### La vida de *Mundo Cofrade* \*

---

Guiomar Sánchez \*\*

---

**L**a publicación que represento, *Mundo Cofrade*, no es una Revista, ni un Boletín Informativo. *Mundo Cofrade* es un periódico de información sobre las Hermandades de Penitencia de Sevilla, siempre vistas desde su lado cultural y social.

El periódico *Mundo Cofrade* ha tenido una corta vida y actualmente se encuentra en período de hibernación, pero *Mundo Cofrade* también es un proyecto editorial que comenzó con el periódico y que hoy ya ha editado los primeros títulos de una colección sobre la historia de las Hermandades de Penitencia de Sevilla y otra colección sobre poesía. En la actualidad estamos preparando un libro del poeta sevillano vivo más importante como es Rafael Montesinos.

Como todos sabemos el mundo de las cofradías y hermandades, en este caso de Sevilla, produce constantemente información que se transmite a través de distintos Medios. *Mundo Cofrade* tenía como objetivo difundir un tipo de información que en ocasiones no tiene el alcance que se merece y buscaba un acercamiento de las hermandades con la sociedad.

---

\* Intervención tenida en el panel "Las Revistas Cofrades vistas por sus responsables" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Coordinadora de edición de *Mundo Cofrade*.

La definición es exacta de lo que es *Mundo Cofrade*, el periódico, la aportó nuestro director Julián del Olmo en el editorial publicado en el primer número que decía: *Mundo Cofrade quiere ser un servicio, abierto y respetuoso con todos, un Medio de Comunicación y de comunión de la vida y obra de las Cofradías de Sevilla (que van mucho más allá de sus desfiles procesionales) y de todos los sevillanos que vibran ante esta esplendorosa manifestación de religiosidad popular, que ha convertido su Semana Santa en uno de los autos Sacramentales más bellos e impresionantes del Mundo.*

Se añadía: *Mundo Cofrade quiere ser una cruz de papel que se suma al cortejo que los Medios de Comunicación han creado en torno al movimiento cofrades sevillano.*

Con nuestro periódico tratábamos de mostrar la cara más social de las hermandades, por lo que gran parte de nuestros contenidos se concentraba en las acciones de caridad.

*Mundo Cofrade* nace para cubrir el vacío que existía sobre información acerca de las obras de caridad y las obras sociales que se hacen en nuestra ciudad por parte de las hermandades y otros colectivos religiosos.

El equipo que dirigía *Mundo Cofrade*, estaba compuesto de periodistas y profesionales de la Comunicación en el ámbito religioso. Su editor, Juan Miguel Sánchez Quirós es director de la Agencia de Comunicación *Arts & Press*, especializada en información religiosa. El director de nuestro periódico, Julián del Olmo, sacerdote y periodista que en la actualidad dirige el programa de información religiosa "Pueblo de Dios" de *TVE*.

El equipo de redactores, casi todos jóvenes periodistas, procedía de diferentes Medios de nuestra ciudad como son la agencia *Europa Press*, la agencia *Efe*, el diario *Abc* y la cadena *Ser* y con posterioridad se vio ampliada con miembros de la facultad de Ciencias de la Información de Sevilla.

Mi trabajo en *Mundo Cofrade* consistía en hacer un poco de todo, era junto con nuestro editor, la encargada de definir los temas que íbamos tratar en cada sección y proponérselos a nuestro director que nos daba el visto bueno. Más tarde coordina los artículos de creación propia encargándose a los diferentes redactores que se encargan de uno u otro según sus preferencias, inquietudes, y contactos. En muchas ocasiones hasta yo misma me convertí en redactor teniendo que en cargarme de la creación de artículos e incluso realizando fotografías para ilustrarlos. Finalmente con el conjunto del equipo de redacción corregíamos y dejábamos lista la revista para imprimir. Así que mi labor dentro de *Mundo Cofrade* ha sido completa, desde la búsqueda de temas hasta la diagramación. Las tareas de supervisar la impresión y distribución eran tarea del editor, en este caso Juan Miguel Sánchez Quirós.

Nuestra publicación se creó sin ánimo de lucro por lo que no incluíamos publicidad en nuestras páginas. Se creó con el fin de brindarle a Sevilla un periódico hecho con calidad y por profesionales de la comunicación.

Los contenidos que ofrecíamos se estructuraban en secciones fijas que se correspondían con los géneros del Periodismo: entrevistas, reportajes, noticias, opinión, etc... Las últimas páginas se dedicaban información sobre curiosidades o aspectos desconocidos de nuestra Semana Santa.

En nuestras páginas han colaborado distintas personalidades del mundo religioso y de las cofradías de Sevilla, entre los que podemos citar José Luis Estad Vargas, delegado episcopal de la Hermandad de Monte-Sión, Juan Foronda Blanco pregonero de la Semana Santa de 1995; fray Ricardo de Córdoba, diseñador de muchos bordados de la Semana Santa cordobesa, y monseñor Carlos Amigo Vallejo, arzobispo de Sevilla que mantenía su colaboración fija y que apoyó nuestro proyecto desde su gestación.

La organización del número de *Mundo Cofrade* era similar la de cualquier otra publicación. Partíamos de un sumario provisional en el que se definían los posibles temas de cada una de las secciones, a continuación se encargaban las colaboraciones, proponiendo temas que dependían de los contenidos del resto del número.

Se trabajaba cada artículo por el equipo de redacción, y las fotografías eran realizadas por dos conocidos fotógrafos, Manolo Ruesga Bono y Manolo Ramírez, ambos amantes del mundo de las hermandades.

El siguiente paso, como en todas las publicaciones era la diagramación, impresión y distribución.

El primer número tuvo una tirada de 10.000 ejemplares que se distribuyeron de la siguiente manera: 1.000 fueron entregados gratuitamente entre las hermandades de penitencia y el resto se repartió también de forma gratuita entre los asistentes los palcos de la plaza San Francisco y de las sillas de la calle Sierpes.

La tirada del segundo número fue de 8.000 ejemplares y se envió gratuitamente a las 450 personas (aproximadamente) que se mostraron interesadas. De ellas recibimos unas 100 personas con intención de suscribirse de las cuales el 60 por 100 era de fuera de Sevilla. Este número también se vendió directamente en librerías especializadas.

Nuestra intención era comprobar si la publicación se podía mantener solamente por el interés del público, sin que intervinieran otro tipo de medios para su mantenimiento como puede ser la publicidad. Estos datos citados reflejan que realmente no existe interés por adquirir información, aunque si tuvo gran aceptación cuando se distribuyó gratuitamente.

La venta ha sido uno de los principales inconvenientes para seguir editando *Mundo Cofrade*, como ya hemos visto. Además, tengo que añadir la dificultad para coordinar la distribución por suscripciones. Todos los miembros que formamos parte de *Mundo Cofrade*, trabajamos en otras empresas y sacar la calle el periódico suponía un esfuerzo de tiempo y trabajo enorme, porque todos los aspectos corrían a nuestro cargo.

Otra de las dificultades que nos encontramos fue la poca profesionalidad de algunos miembros del equipo de redacción que provocaba un exceso de trabajo en el resto del equipo para que los contenidos fueran de calidad.

Por otro lado tenemos que agradecer la acogida que hemos tenido por parte de las hermandades, que en todo momento se han ofrecido a colaborar con nosotros y a todos aquellos colaboradores externos al Medio. Agradecer también, al Arzobispado de Sevilla que siempre creyera en las posibilidades de *Mundo Cofrade*.

En la actualidad hemos sufrido un parón en nuestra edición, que es lo peor que le puede ocurrir a una publicación periódica, y estamos intentando buscar nuevas fórmulas que nos permitan editar con continuidad este periódico en el que todos aún seguimos creyendo.



### La revista *Melodía* y la música procesional \*

---

*Manuel Carmona* \*\*

---

**D**e entrada he de anunciarles que la publicación de *Melodía* está suspendida desde hace mes y medio, entre otros motivos por los padecimientos físicos del que les hable que, rompiendo el reposo absoluto prescrito por el médico, se encuentra aquí con el principal objetivo de agradecer la muestra de confianza recibida de los organizadores de tan importante evento.

Dicho con brevedad *Medodía* ha sido un proyecto editorial donde el romanticismo y la ilusión han predominado sobre cualquier carencia de medios. Un proyecto cuya única finalidad era la de cubrir la carencia existente en Sevilla de una revista musical amplia en estilos y contenido.

La idea venía de lejos, de allá de 1989 cuando el que les habla acababa de publicar su primer libro de música procesional, "*Los Font y Manuel López Farfan en el recuerdo eterno de Sevilla*", y rezumaba satisfacción por el éxito obtenido por el homenaje que había promovido en Sevilla y en San Juan de Aznalfarache, en honor de Manuel López Farfán, autor de la emblemáticas marchas "*Pasan los campanilleros*" (1924) y "*La Estrella Sublime*" (1925), en el que, entre otros importantes músicos, colaboraron Abel Moreno Gómez, José Albero Francés y Enrique García Muñoz.

---

\* Intervención tenida en el panel "Las Revistas Cofrades vistas por sus responsablesdes" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Director de la revista *Melodía*.

*Melodía*, en lo que se refiere a su elaboración, ha sido un producto puramente artesanal, tanto en la activa y altruista participación de su destacada nómina de colaboradores, como en la realización de su fotomontaje y autoedición, los cuales corrían a cargo de sus promotores que utilizaban transparencias obtenidas de una impresora lasser de 600 puntos por pulgada para reducir su financiación a la mitad. Por ello, pese a su reciente inactividad, todos los que hicimos posible su publicación seguimos resistiéndonos a creer que haya muerto y que, tan sólo, hibernada, espera que vuelvan a producirse los requisitos que hiciesen posible su encuentro con el lector.

*Melodía* distribuía sus 28 páginas entre la práctica totalidad de los estilos músico-vocales existentes, dirigidos especialmente al ámbito sevillano, pero prestaba una atención especial al género de la música procesional, lo que no podía ser menos dada la personalidad de sus dos impulsores.

Enrique García Muñoz -su director musical- aparte de tener una estrechísima y prolongada relación con el género en su condición de director de la Banda de la Cruz Roja, es el poseedor del archivo de música procesional más importante de Andalucía, y su director periodístico -el que les habla- además de autor de los dos primeros libros publicados sobre la marcha cofradiera (el ya citado de *“Los Font y Manuel López Farfán, en el recuerdo eterno de Sevilla”* y el agotado *“Un siglo de música procesional en Sevilla y Andalucía”*) llevaba década y media investigando y difundiendo un género a través de actos, conferencias y artículos publicados en diversas revistas y medios de difusión.

Pero, naturalmente, había algo más que nos obligaba a magnificar la información obre la música procesional: su indiscutible importancia (sin duda, la música religiosa más apreciada por los sevillanos) gracias a la que grandes compositores pasaron a la posteridad pese a contar con una valiosa obra musical de muy variados estilos. Ese es el caso, por ejemplo, de Manuel López Farfán, Manuel Font de Anta, Pedro Gámez, Pedro Morales, José Albero o Abel Moreno, compositores que alcanzaron la cima de la popularidad por algunas de sus marchas procesionales.

Llegado a este punto parece ocioso no admitir que la música cofradiera merece, por derecho propio, una información rigurosa, amplia y suficiente en cualquier Medio de difusión sevillano y, más aún, en los de contenido musical y cofradiero. Por consiguiente, como todos estaremos de acuerdo en algo que no admite el más simple debate, me agradecería aprovechar mi presencia aquí para analizar, aunque sólo sea a vuelapluma, algunos aspectos privativos de la música procesional sevillana. Por ejemplo, lo mucho que representa para nuestra Semana Santa. Reflexionemos sobre ello tomando como base una figura tan importante en nuestros desfiles cofradieros como la del costalero. ¿Se imaginan ustedes a que quedaría reducida la esforzada labor de éste de no contar con el complemento de la música?

Sin la música su tarea se traduciría a una reiteración de movimientos monocordes, monorrítmicos y uniformes que nada tenían que ver con las maravillosas operaciones que realiza al compás de los hermosos y descriptivos acordes de las bellísimas melodías compuestas para ser interpretadas tras los pasos de palio sevillanos.

¿Han llegado a quilatar el cofrade en particular y el sevillano en general el valioso tesoro artístico y cultural que nos legaron los principales músicos que la cultivaron y cuánto representa su música procesional para su Semana Santa? ¿Ha caído en la cuenta de que, pese a ser artísticamente un género de connotaciones propias, tanto en el plano técnico como en el artístico, en Sevilla cobró una personalidad distinta que la hace diferente de la que se compone en cualquier otro lugar? A veces tengo la sensación de que nuestra música procesional no está todo lo valorada que merece, pese a los indiscutibles atributos artísticos que la enriquecen.

Se cuenta que en los primeros años de la década de los veinte visitó Sevilla el inmortal músico soviético Igor Stravinsky, quien tuvo la oportunidad de presenciar nuestros desfiles cofradieros. Y fue, escuchando una de las bellas marchas procesionales sevillanas, cuando pronunció la antológica frase de *"¡Estoy viendo lo que escucho y escuchando lo que veo!"*, frase que viniendo de una de las glorias de la música universal de todos los tiempos representa el mayor respaldo que ha podido concedérsele a la belleza y al sentimiento descriptivo que atesoran nuestras marchas procesionales.

*"Mira si la música es importante para la Semana Santa de Sevilla que, gracias a ella, se puede escuchar hasta el silencio"*, me dijo hace muchos años un viejo cofrade sevillano mientras asistíamos a un desfile procesional. ¡Y cuanta razón tenía!

Observemos otro aspecto que, asimismo, no suele destacarse como se merece en el asunto que nos ocupa. Si resulta indudable, pregunto, que gracias a su música procesional los cortejos penitenciales sevillanos son diferentes a los de cualquier otro lugar, ¿por qué si la música es un elemento fundamental de su Semana Santa se le ha concedido y concede menos importancia que a cualquier otra faceta privativa del arte cofrade?

Las páginas de las revistas, libros y enciclopedias dedicadas al ámbito cofradiero están llenas de amplísimas referencias histórica, críticas y comentarios sobre la imaginería, la orfebrería, el bordado, el tallado, etcétera, muy por encima de lo que ha ocurrido con la música. Tanto es así que muy pocas hermandades incluyen entre su patrimonio las partituras de las marchas dedicadas a sus titulares, causa por la que bastantes han desaparecido para siempre.

Parece, y tristemente lo sigue pareciendo, que el compositor de una marcha es quien debe estar agradecido a la Hermandad objeto de su atención y no a la

inversa. Llega el caso a tal extremo que, incluso, económicamente, la música procesional está discriminada. Las hermandades han de pagar por todos los objetos que adquieren para su ornato procesional. Sin embargo, no ocurre igual con los autores de las marchas procesionales, los cuales no perciben absolutamente nada en concepto de derechos de autor por la interpretación de sus composiciones en los desfiles procesionales.

Son aspectos que en raras ocasiones escuchamos comentar y que están ahí, a la vista de todos, sin que nadie se preocupe de recalcarlos convenientemente. Por eso, el que les habla, desea terminar su intervención abordando un tema que ha concitado su mayor atención desde que comenzó a investigar el género de la música procesional: la reivindicación que merece una marcha procesional sevillana que ha sido masacrada inmisericordemente, a la que se le ha faltado al respeto con harta reiteración, y a la que una vez más voy a sacar a la palestra pública con la intención de enaltecerla y rendirle tributo de justicia en unos momentos en que la razón está terminando por imponerse.

Me estoy refiriendo a "*Pasan los campanilleros*", primera de las marchas procesionales rítmicas de la que se tienen constancia, que 'revolucionó' el estilo de la música procesional que en su época se cultivaba en Sevilla y cuya autoría corresponde al mítico músico mayor de Soria 9, Maunel López Farfán (nacido en el sevillano barrio de San Bernardo el 7 de mayo de 1872) quien la estrenó al frente de su banda el Domingo de Ramos de 1924.

Una marcha de cuyo trío final los sevillanos no pudimos disfrutar como se merece hasta la llegada de la discografía, porque las bandas que la interpretaban en los desfiles procesionales no lo hacían por completo. Tremenda injusticia de la que eran principales culpables sus directores que no se preocupaban una vez cumplida la petición de los miembros de la Junta de Gobierno o de los costaleros de interpretar continuamente su parte central -la típica campanilla- en ordenar que se completara la marcha aunque el paso se encontrase depositado en el suelo.

Por ello, en el aspecto negativo, "*Pasan los campanilleros*" se convirtió en la única marcha que no se interpretaba por completo en las procesiones sevillanas. A diferencia de todas las demás, cuando las mecida o chicotás se prolongaban en demasía se repetiría las veces que hiciera falta su tema central, para, una vez el paso en el suelo, mutilarse y obviar su trío. Ni siquiera por respeto a la marcha o a su autor se completaba su interpretación, pese a que el fragmento que se suprimía es uno de los más bellos que se han escrito para nuestra música procesional en todos los sentidos: en estilo, en técnica, en belleza y en inspiración.

Cuando comencé a investigar en profundidad el género y comprobé lo que ocurría quedé estupefacto. ¿Cómo podía suceder algo así sin que ninguna voz se alzara contra tanta impunidad y desafuero? Y desde aquel mismo instante tomé

partida por una situación como la descrita, en la que privaban la secular ignorancia e incultura que ha imperado en el acontecer histórico de nuestra música procesional.

Los más “puretas” setenciaban estúpidamente que “*Pasan los campanilleros*” era una marcha populachera, folclórica y de cofradía de bario. Sin embargo, ni la marcha, tocada equilibradamente, tiene nada de populachera y folclórica -por su cualidad figura con todo merecimiento entre las primeras del género- ni había sido compuesta para ser interpretada en cofradías de barrio como demuestra el que fuera estrenada tras el paso de palio de la Virgen del Socorro de la Hermandad del Amor y su autor la dedicase a la de las Siete Palabras, dos hermandades ubicadas en el núcleo antiguo de la ciudad.

Por fortuna, estas denuncias, expresadas desde todos los foros en los que intervine, y el ejemplo de Enrique García Muñoz -músico del que he escrito que de no existir habría que haberlo inventado para bien de la música procesional sevillana- que con su Banda de la Cruz Roja comenzó a tocarla al completo en las cofradía, consiguieron, paulatinamente normalizar, tan inadmisibile situación, Ya, en la pasada Semana Santa, todas las bandas sevillanas que actuaron en los desfiles procesionales hispalenses, la tocaban al completo en señal de respeto y admiración por lo que, tanto ella como su autor, han significado en la historia de la música procesional sevillana.

Desafortunadamente quedaba una excepción protagonizada por una Banda foránea, la de Nuestra Señora de las Mercedes, de Bollullos par del Condado, Banda que, para más inri, era la encargada de acompañar a la Hermandad de San Bernardo, radicada en el barrio donde nació el inolvidable autor de “*Pasan los campanilleros*”, sin que ninguno de sus responsables se encargara de corregir tan censurable proceder. Afortunadamente, la Semana Santa de 1998 dicha Hermandad llevará tras su paso de palio a la admirada Banda de la Cruz Roja, quien, como ha quedado dicho, tan destacable labor ha tenido en la normalización de una situación ya perfectamente normalizada.

Con ello, se remediará la tremenda injusticia que se ha venido cometiendo con una de las más bellas y populares marchas sevillanas, máximo exponente de las ideas ‘revolucionarias’ de su autor, único renovador con que ha contado el género de la música procesional hispalense, que, con tan incomparable partitura, creó un nuevo estilo de marcha procesional que, con posterioridad, ha contado con tantos cultivadores. Pero la satisfacción del orador es doble en ese aspecto, porque a lo dicho hay que añadir que, desde hace dos años, la marcha comenzó a interpretarse en La Campana donde antes se decía que estaba prohibida, pese a tratarse de una afirmación totalmente inexacta.

---

## Capítulo 15

---

### El latir de *Revista de Primavera* \*

---

Antonio Ocaña \*\*

---

Voy a empezar haciendo una promesa que voy a cumplir a rajatabla: voy a ser muy breve. Quisiera decir que es una magnífica idea pensar en dimensionar la parte de Comunicación que tiene la Semana Santa. Esta mañana, en una entrevista que hacía yo en mi programa de Radio a José Manuel Gómez y Méndez resaltábamos de forma especial el inmenso caudal de Comunicación que tiene la Semana Santa de Sevilla, desde un “sencillo” cartel -sencillo entre comillas- hasta el habitual ‘pograma’ que es lo que más queremos, deseamos y nos encanta decir a los sevillanos. Ese ‘pograma’ se convierte en el *bestseller* de esta ciudad durante muchos días del año.

Y dicho lo anterior, voy al motivo por el que se me invita a estar aquí y es para hablar de la *Revista de Primavera* que intrínsecamente no es una Revista de Semana Santa, lo que ocurre es que desde que comenzó a publicarse -y esto fue a principios del presente siglo- la *Revista de Primavera* y los distintos nombres que ha venido teniendo porque esta revista no fue siempre denominada así. Se llamó *Revista de Fiestas Primaverales, Sevilla...* Tuvo diversos nombres genéricos; lo que siempre tuvo fue una misma voluntad por parte de los distintos ayuntamientos sevi-

---

\* Intervención tenida en el panel “Las Revistas Cofrades vistas por sus responsablesdes” celebrado en el “III Encuentro sobre Información Cofrade”.

\*\* Director de *Franquixclusivas*, editora de *Revista de Primavera*.

llanos y es, antes de que llegara o al principio de la primavera, comunicar lo que iba a hacerse, esencialmente las fiestas primaverales de ese año, y ya se pueden imaginar que en todas esas revistas se ha dado una importancia -casi del 60 por 100 como mínimo- a la fiesta por excelencia de la primavera sevillana que es la Semana Santa, aunque con algún problema que han venido o hemos venido teniendo como es la ocasión de vivir algún "Vía Crucis" en la historia de la composición de esta revista.

El problema siempre es el mismo y es un magnífico reto para cuantos desean vivir en el apasionante mundo de la profesión del Periodismo, que no es una profesión sino una locura y es el siguiente: resulta muy difícil a repetir cada año la *Revista de Primavera*, volver contar la historia de la Semana Santa con artículos supuestamente originales y no decir lo mismo que se dijo el año anterior. Me diréis que hay muchas facetas de la Semana Santa, pues yo les garantizo que cuando se sienta uno con el Consejo de Redacción siempre acabamos queriendo decir lo mismo, queremos sacar la fotografía del Gran Poder y las de las dos Esperanzas y la del capataz famoso, etcétera, etcétera...

En realidad, la Semana Santa no varía -afortunadamente- y como todo hecho que no varía o varía muy poco tiene una gran dificultad de Comunicación y por eso las personas que desde principios de siglo han intervenido en la redacción de la *Revista de Primavera* son auténticos maestros de la Comunicación porque han sabido buscarle todas las caras posibles a ese poliedro inmenso e infinito que es la Semana Santa de Sevilla. Por hacer una breve referencia a la *Revista de Primavera* decirles que, al menos en la parte que yo conozco, en la parte que a mi me ha tocado editar en los últimos años, esto se ha hecho de una forma totalmente altruista. El Ayuntamiento de Sevilla que no se ha caracterizado nunca por su sensibilidad.

A pesar de todo lo que se dice y yo defendiendo esa postura, las fiestas primaverales de Sevilla las hace el pueblo llano de Sevilla, a pesar de sus políticos, y quiero dejar muy claro que muchos políticos, que me perdonen los que han sido muy buenos, muchos son absolutamente insensibles a la hora de recoger estos testimonios de la vida del pueblo sevillano. Comentemos un hecho referido al día de la Inmaculada y es que resultó que la primera manifestación que hubo en Sevilla fue una manifestación por lo que hoy es la Avenida de la Constitución de sevillanos que llevaban unas cartelas, unas pancartas decimos ahora, que decían que la Virgen había sido concebida sin pecado original. Con esto quiero decir que en Sevilla el pueblo fue el que defendió el dogma, aunque ahora se apunta el tanto la Iglesia, pero se sabe perfectamente que hubo dos congregaciones muy importantes que estuvieron absolutamente en contra de que el pueblo de Sevilla dijera que la Virgen había sido concebida sin pecado original. Digo esto porque siempre ha ido, por un lado, el pueblo llano sevillano y por otro, el oficialismo y en esto de la *Revista de Primavera* ha pasado más o menos lo mismo. Aquí se trataba de que el concejal de turno se apuntara la medalla, es decir, vamos a ver si al concejal de Fiestas Mayores, o como

se le denominase en cada momento, conseguimos ponerle una medalla tremenda haciendo una *Revista de Primavera* lo más bonita posible y los que han ido haciéndola a lo largo de los años han realizado un esfuerzo realmente importante. También es cierto que estuvo mucho tiempo sin publicarse, prácticamente durante todos los ayuntamientos socialistas, durante el tiempo en que Fernández Floranes estuvo al frente de la Corporación en cuanto a Fiestas Mayores no se publicó, posiblemente por falta de presupuesto.

Cuando Ortiz Nuevo, antes de la llegada de los socialistas, la repescó del anonimato en que se había sumido la *Revista de Primavera*, la puso en marcha y hubo un presupuesto municipal que la sacó adelante, luego se perdió de nuevo durante el tiempo del socialismo y en el primer mandato del actual gobierno pero al revés, cuando era alcalde Rojas Marcos, siendo Jaime Bretón concejal de Fiestas Mayores se le ocurrió sacarla, pero sin presupuesto, y ahí estuvimos unos artistas, yo no puedo dejar de mencionar ahora al principal artista de esta terna que además fue siempre el responsable de las páginas de Semana Santa de la *Revista de Primavera* que es el actual director de *Sevilla Información*, nuestro querido compañero Antonio Silva.

Antonio Silva me cogió de la mano a mí, después fuimos cogiendo a otros, entre ellos a Pepe Alvarez, y nos metimos en esta aventura, aunque siempre sin presupuesto, siempre pretendiendo o, mejor dicho, consiguiendo sacar de la publicidad que se vendía, los costos para editar la *Revista de Primavera* y así llegamos al número de 1997. Yo no dudo en deciros, y en esto me avala el conocimiento que tengo de los *Medios de Comunicación Escrita* porque son muchos años ya, que el número de 1997 de *Revista de Primavera* es la mejor que se publicó, no desde el punto de vista de los contenidos porque los contenidos son siempre opinables -uno puede pensar que determinado artículo de la revista de tal tiempo es lo mejor que se ha escrito- sino en cuanto a la presentación, a la riqueza fotográfica, a la participación...; es, por lo menos, uno de los mejores números que se han hecho en toda la historia.

Respecto al contenido de Semana Santa pues como siempre el 60 por 100, después también está la *Feria de Abril* que es la que se lleva el segundo puesto en el ranking, después naturalmente está el Rocío que también forma parte de las fiestas de primavera de Sevilla y con él están los toros y con él está la Inmaculada porque en los últimos años hemos metido al final una especie de apartado, que tenía más nombre de "pizza" que de revista, y que decía *Sevilla Cuatro Estaciones* porque ahí metíamos las fiestas que se escapan de la primavera, en unas palabras, ahí colocábamos la Cabalgata de Reyes Magos, etc..., aunque la Semana Santa siempre presente y como un elemento esencial de la *Revista de Primavera*.

Para terminar, anunciar que el año 1998 es más que probable que no haya *Revista de Primavera*. El número de 1997 obtuvo tan poco interés por parte del Área



de Fiestas Mayores del Ayuntamiento de Sevilla que, hasta en la presentación, que fue lo único que tuvo que hacer minimizó el esfuerzo, no ya el de los editores que era mi empresa, sino el de las firmas que habían contribuido y el de los magníficos fotógrafos que allí estaban, no se les hizo ni siquiera el homenaje del agradecimiento y lo digo públicamente porque también se lo he dicho públicamente a los interesados y me refiero concretamente al teniente de alcalde-delegado del Área, Adolfo Lama, y ante su falta de sensibilidad en 1998 probablemente no exista *Revista de Primavera* porque sigue sin librarse ningún presupuesto para ello y los empresarios que hasta ahora hemos puesto el dinero de nuestro bolsillo, porque nos ha costado el dinero, empezamos a estar cansados de poner medallas gratuitamente. Las medallas se las merece siempre Sevilla, pero desde luego no los políticos que la rigen en este sentido.

---

## Capítulo 16

---

### Las Revistas Cofrades ante la inviabilidad del mercado \*

---

José Álvarez Marcos \*\*

---

**S**i me permiten una expresión muy andaluza y en modo alguno irreverente o peyorativa diré que las Revistas Cofrades editadas en Sevilla son muy 'católicas': salen a la calle cuando Dios quiere. La periodicidad indeterminada, un diseño-diagramación y edición artesanales, y la ausencia de proyectos financieros sólidos que respalden este tipo de publicaciones especializadas son las características que definen el infradesarrollado mundo de las Revistas Cofrades en Sevilla.

Estos problemas se analizan durante la segunda jornada del "III Encuentro sobre Información Cofrade" (objeto de este libro) en la que intervienen responsables de cuatro<sup>1</sup> revistas especializadas en temas relacionados con la Semana Santa. Ninguna de estas publicaciones —las más representativas de cuantas se editan en Sevilla— aparece en los quioscos con una periodicidad regular y predeterminada. Carecen, asimismo, del aval y la credibilidad financiera que les proporcionaría una estructura empresarial mínimamente consistente. Tampoco se conocen datos fiables

---

\* Intervención tenida en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla y coordinador del "III Encuentro sobre Información Cofrade".

<sup>1</sup> Durante la segunda jornada del "III Encuentro sobre Información Cofrade" se desarrolló el panel «Las Revistas Cofrades vistas por sus responsables». Asistieron representantes de *Tabor y Calvario*, *Mundo Cofrade*, *Melodía* y *Revista de Primavera*. El director de *Sevilla Cofrade*, Fernando Gelán, disculpó a última hora su ausencia del acto por motivos profesionales.

sobre difusión y rentabilidad económica de estas revistas, ya que la mayoría son simples aventuras personales y aisladas de periodistas expertos en la materia o de cofrades aficionados a la literatura periodística.

Del mismo modo, el diseño de la mayoría de estas publicaciones no oculta su procedencia artesanal, la carencia de recursos técnicos y una clara identidad barroca, influencia de otros productos editoriales de similar temática, como Boletines de Hermandades, Cartelería de Cultos o papelería cofrade.

La estética de estas publicaciones, salvo honrosas e hibernadas experiencias como *Mundo Cofrade* y *Revista de Primavera*<sup>2</sup>, conserva rasgos propios de las revistas de principios de siglo, caracterizadas por la simetría tipográfica, la escasa valoración de las ilustraciones y un pobre diseño-diagramación, costreñido la mayoría de las veces a la portada<sup>3</sup>.

*Mundo Cofrade* salió a la calle con una estructura más cercana al periódico en blanco y negro que a la revista. Eso sí, con tipos de imprenta actuales y un concepto algo más visual de la presentación de noticias. *Revista de Primavera* sería la 'reina' de estas revistas de no haber cancelado su cita con los lectores sevillanos. En esta publicación la calidad de los artículos, del diseño-diagramación, del papel y de la propia impresión estaba muy por encima de las demás revistas, sin que por ello pudiéramos hablar de un producto excepcional.

Por añadidura la mayoría de las Revistas Cofrades carecen de una mínima estructura redaccional. Están elaboradas por una o dos personas, que se encargan de todas las tareas informativas, comerciales y de pre-impresión: desde la búsqueda de colaboradores hasta la venta de los espacios publicitarios, pasando por el seguimiento de los trabajos de imprenta.

No hay estudios de mercado que garanticen la viabilidad de estas publicaciones. Posiblemente ni siquiera exista mercado desde que los Medios Informativos

---

<sup>2</sup> *Mundo Cofrade* nació en diciembre de 1995 como periódico trimestral de información religiosa, respaldado por la editorial y librería hispalense del mismo nombre, que tiene su sede en la calle Jesús del Gran Poder. Se comercializaba a 200 pesetas y no contenía publicidad. Dos números bastaron para que el proyecto pasara al congelador, a la espera del momento idóneo para 'resucitarlo'.

*Revista de Primavera* era una publicación avalada por el Ayuntamiento de Sevilla, que trataba temas relacionados con las fiestas religiosas y ciudadanas propias de la primavera hispalense: como *Semana Santa*, *Feria*, *Corpus*, *Crucés de Mayo*, *Rocío* y *Toros en la Maestranza*. La última revista es de 1997. En 1993 nació y murió *Sevilla Siempre*, una interesante y singular experiencia de revista municipal, que no sólo se limitaba a la primavera, sino que abarcaba toda la programación cultural de la capital andaluza durante las cuatro estaciones. En dicho proyecto el autor de este análisis colaboró con Antonio Ocaña, director de la última *Revista de Primavera*.

<sup>3</sup> Sobre este tema ver OWEN, William: *Diseño de Revistas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1991, pág. 13.

convencionales -periódicos, radios y emisoras locales de TV- se apoyaron en la Semana Santa para escalar índices de audiencia. Las informaciones que aparecen en las Revistas Cofrades, cuyos precios oscilan entre las 200 pesetas (*Mundo Cofrade* y *Melodía*) y las 500 pesetas (*Tabor y Calvario*, y *Sevilla Cofrade*), tienen también cabida en los periódicos locales.

Las Revistas Cofrades no pueden competir con la fortaleza empresarial e informativa de los periódicos andaluces. A veces surge la necesaria alianza para lograr la supervivencia. Este es el caso de *Archivo Cofrade*<sup>4</sup>, revista de investigación histórica sobre la religiosidad popular andaluza, que aparece todos los viernes dentro de las páginas de *El Correo de Andalucía*.

La competencia de las emergentes televisiones locales también es brutal. Ni siquiera las ondas hertzianas respetan los minifundios de la especialización generados por estas y otras revistas sectoriales. Por añadidura, la debilidad de la letra escrita es aún mayor en Andalucía, que registra unos de los índices europeos más bajos de lectura<sup>5</sup>. El último Informe de Fundesco insiste en estas causas: «*El sector de las revistas, especialmente el de aquellas que concurren sobre parcelas que cubren medios como la televisión y los diarios, aparece como el más vulnerable y el que se resiente con mayor facilidad ante la oferta expansiva de aquellos. Hoy puede decirse que las revistas más leídas son, sin duda, las que editan los grandes diarios como complemento del fin de semana, habitualmente encuadradas en la categoría de suplementos*»<sup>6</sup>.

Finalmente no podemos olvidar que las Revistas Cofrades también se ven amenazadas por la presencia, cada vez más numerosa, de publicaciones gratuitas, lujosamente editadas por entidades comerciales, que abordan temáticas similares.

Tan sólo el tesón periodístico y la fe cofrade de los editores de estas revistas pueden mantener con vida unas publicaciones para las que el mercado se agota en unos cuantos centenares, tal vez un poco más, de coleccionistas e historiadores.

---

<sup>4</sup> La revista está dirigida por Juan José Antequera Pérez Luengo y tiene su sede social en la iglesia parroquial de Nuestra Señora del Buen Aire.

<sup>5</sup> El índice de difusión de la Prensa en Andalucía durante 1995 fue de 68,8 ejemplares por 1.000 habitantes, muy lejos del umbral de 100 periódicos que señala la UNESCO como frontera del desarrollo cultural de un país. Los datos de 1996 y 1997 podrían ser incluso ligeramente peores. Ver AA.VV.: *Comunicación Social/ Tendencias*. Informe anual de Fundesco, Madrid 1996, págs. 43-123.

<sup>6</sup> Op. cit., pág. 112.

### *Cruz de Guía, de Radio Sevilla-Cadena Ser \**

---

*Juan Eloy Durán \*\**

---

**H**emos llegado a la III edición del *Encuentro sobre Información Cofrade* que acertadamente organiza el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla. Si en ediciones anteriores hemos vertido nuestras opiniones sobre la evolución de los programas radiofónicos sobre la Semana Santa y los Boletines Informativos de nuestras Cofradías, este año le llega el turno a los programas de mano que, como hongos, han proliferado sobre todo en los últimos años. Precisamente esta abundancia de los llamados programas de mano, ha provocado que una gran cantidad de ellos contengan un buen número de errores, a veces, dado lo apretado de determinadas jornadas de nuestra Semana Santa, bastante importantes.

En *Radio Sevilla*, a pesar de nuestra veteranía en la información cofrade, ya que este año el programa «*Cruz de Guía*» cumple cuarenta años, siempre nos habíamos resistido a editar nuestro programa de mano, fundamentalmente por pensar que ya había suficiente número de ellos. Sin embargo, al final decidimos crearlo como un apéndice de «*Cruz de Guía*».

---

\* Intervención tenida en el panel "Los Programas de Semana Santa vistos por sus responsables" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade". El cuadro estadístico ha sido preparado posteriormente para esta edición.

\*\* Subdirector de *Radio Sevilla-Cadena Ser*.

“ *Cruz de Guía*”, en su formato de mano, nace con una premisa primordial: conseguir una fiabilidad del cien por cien, por entender que éste debe ser el objetivo fundamental de una publicación de este tipo, pues de lo contrario estaríamos haciendo un flaco favor a quienes confiaran en nosotros.

Cada año es más habitual que determinados programas de mano salgan a la luz tan excesivamente pronto que, determinados errores, sobre todo en los horarios, provoquen el que uno llegue al lugar adecuado excesivamente pronto o, quizás, demasiado tarde. Por ejemplo, el pasado año la Cofradía de Jesús despojado decidió adelantar su entrada en media hora. Pues bien, sólo dos de los citados programas, los correspondientes a *Canal Sur* y *Radio Sevilla*, recogían esta variación. Otro tanto sucedió con el adelanto de quince minutos por parte de la Cofradía de la Paz. Ello viene a demostrar que, en este apartado, lo importante no es llegar el primero, sino hacerlo en condiciones óptimas y esto sólo puede conseguirse cuando los horarios tienen el correspondiente refrendo oficial.

Por otra parte, conviene no olvidar que la inmensa mayoría de los programas que cada año salen a la calle sean un puro negocio para algún avisado que descubrió hace años el negocio. De ahí que, como se puede comprobar cada año, haya miles de programas con la misma portada, pero con diferente publicidad y todos ellos con errores más que considerables. Es decir, se vende el mismo programa de mano, con las mismas equivocaciones a un buen número de clientes, quienes, probablemente, pagan la cantidad fijada por el negociante como si fuera algo exclusivo.

Independientemente de la fiabilidad, para *Radio Sevilla* es muy importante el dar la mayor cantidad de información posible en el menor espacio posible, a fin de que el programa de mano resulte realmente manejable y cómodo de llevar encima. Para nosotros sería relativamente fácil el confeccionar un libro con cien o doscientas páginas (afortunadamente hay material más que suficiente para ello)... ¿pero, adelantariamos algo con ello? En el mejor de los casos sería buscado por los ávidos del coleccionismo de publicaciones cofrades, pero de cara a la ayuda para desenvolverse por nuestras calles en los días de la Semana Mayor, valdría más bien poco. No conozco a nadie que se eche a la calle para ver cofradías con un libro bajo el brazo.

Desde el pasado año y en el apretado resumen de algunos aspectos de cada una de las hermandades, y más concretamente en el apartado dedicado al itinerario, cambiamos la forma de expresión pues no podemos olvidar que varios cientos de ejemplares llegan a manos de los que en esos días nos visitan y que no saben desplazarse de una a otra calle. Así, por ejemplo, al hablar de la Cofradía de la Macarena decíamos: «*Por la Resolana sale a Feria y llega a la Alameda para desembocar por Trajano al Duque. El regreso es por Francos hasta el Salvador y por Cuna a la Encarnación. Tras Sor Ángela de la Cruz sale a Feria y por las calles del Barrio de la Macarena, llega a la Basílica*».

**DATOS DEL PROGRAMA CRUZ DE GUÍA**

<i>Número de páginas</i>	76
<i>Dimensiones</i>	10 x 15 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada y publicidad)
<i>Contenido Continente</i>	14 fotos Horarios Texto (Historia de hermandades y pormenores cofrades)
<i>Publicidad</i>	30,26%

---

## Capítulo 18

---

### *El Llamador, de Canal Sur Radio \**

---

*Juan Miguel Vega Leal \*\**

---

**E**n los principios fundacionales de la Radio y Televisión de Andalucía se expresa que, entre otros, serán fines de esta empresa pública la difusión y puesta en valor de las tradiciones seculares y de las manifestaciones populares que tienen que ver con la cultura andaluza. Ni que decir tiene que la Semana Santa, más en Sevilla, se acoge plenamente a esta definición. Como tal, desde los primeros momentos se convirtió en un objetivo primordial para los profesionales de la casa a la que represento la difusión y la información acerca de todo lo que es y lo que rodea a la Semana Santa de nuestra ciudad. De este modo, los responsables de *Canal Sur Radio* determinaron no escatimar medios técnicos ni humanos para ofrecer el mayor despliegue informativo hasta ahora realizado para contar la Semana Santa. No voy a abundar en los detalles del mismo, que ya ha sido objeto de análisis en anteriores ediciones del presente ciclo, si bien de modo somero, ya que debo lamentar el hecho de que ningún profesional de *Canal Sur Radio* fuera invitado en su día para tratar de la Semana Santa en este medio.

Pero, volviendo al hilo de lo que nos ocupa, cuando *Canal Sur Radio* acomete el empeño de contar la Semana Santa de Sevilla pone en marcha una serie de

---

\* Intervención tenida en el panel "Los Programas de Semana Santa vistos por sus responsables" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade". El cuadro estadístico ha sido preparado posteriormente para esta edición.

\*\* Coordinador de *El Llamador de Canal Sur Radio*.



iniciativas que todas ellas se engloban bajo una denominación común: *El Llamador*. Hoy en día, *El Llamador* es toda una imagen de marca, una seña de identidad, que para los cofrades y los capillitas se relaciona con información de primera mano, ágil, valiente y también respetuosa.

*El Llamador* son las retransmisiones de Semana Santa en *Canal Sur Radio*, es también el programa diario que se emite durante la cuaresma, así como el galardón que cada año se concede a un destacado cofrade o artista a fin de reconocer su labor en pro de la difusión y la defensa de la tradición cofradiera.

Y, por último, *El Llamador* es el programa de mano que cada año edita *Canal Sur Radio* para ofrecer la guía de los horarios e itinerarios de las cofradías y algunas cosas más.

## LOS PROGRAMAS DE SEMANA SANTA

Podría decirse que los programas, las guías escritas, sobre la Semana Santa surgieron cuando Gutemberg inventó la imprenta. Podría decirse, pero sería mentir. No obstante, esto de los programas no es, ni mucho menos, cosa reciente. Cabría deducir que el primer programa debió ser la primera nómina oficial de las cofradías, que en algún lugar debió quedar plasmada, cuando, en 1604, el Cardenal Niño de Guevara ordenó a las cofradías que fueran todas, y por orden de antigüedad, a la catedral, salvo las de Triana, que irían a Santa Ana.

Ya en el siglo pasado surge el interés historicista por el fenómeno, del que es principal exponente Félix González de León, que escribe un libro que es casi un programa. Fruto de este interés historicista y de la cada vez más abundante afición de literatos y poetas populares de más o menos fuste por la cuestión, en la primera mitad del siglo aparecieron numerosas revistas, que hoy en día son objeto de culto por los coleccionistas. En estas revistas se recogían sinopsis históricas, así como comentarios, poesías o glosas literarias sobre las imágenes y las hermandades. Ni que decir tiene que en ellas aparecían también los horarios e itinerarios consignados en la nómina oficial de la Semana Santa, que dicho sea de paso, son bastante escuetos, ya que en ellos figura exclusivamente la hora de salida, de llegada a la Campana, la plaza y la catedral y el horario de entrada. Correspondiendo siempre esta hora a la de la cruz de guía; es decir, al comienzo de la Cofradía.

Imbuido del espíritu de esta revistas, apareció uno de los programas más recordados: el de *El Correo de Andalucía*. Se trataba de un pequeño tomito que cada cuaresma editaba en grupo de cofrades con el patrocinio del diario decano, que le prestaba su nombre. El programa de este periódico, que gozaba de prestigio entre los cofrades, incorporaba como novedades la explicación del pasaje bíblico

que se narraba en cada paso y realizaba una propuesta de recorrido a realizar durante las mañanas de los días de Semana Santa, a fin de poder admirarse de los pasos de las cofradías que saldrían esa tarde, explicándose los detalles artísticos de los mismos.

Este programa tenía, sin embargo, el inconveniente de ser poco o nada cómodo como para llevarlo encima y meterse en una bulla. De este modo, los que obtuvieron más placet del gran público fueron aquéllos que se vendían en la calle pregonados como *Er Programa y el del ABC*. El primero era un cuadernillo donde se recogían los horarios de todas las cofradías y que desapareció ante la competencia de programas que, siendo más completos -algunos hasta ofrecen recetas para hacer bacalao de seis formas distintas- se distribuían de forma gratuita. Por lo que respecta al *Programa del ABC*, su principal ventaja era la de aportar la situación de las cofradías cada media hora en una página que se podía recortar del periódico. En este caso, la comodidad tendría como contrapartida la escasa consistencia del soporte para ser conservado por los coleccionistas.

## EL PROGRAMA EL LLAMADOR

En este estado de cosas surge en 1990 el programa de mano de *Canal Sur Radio*, que en la casa conocemos como *El Llamador de papel*. Nuestra intención con este programa es, lógicamente, la de aportar una guía de la Semana Santa que, en su primer año, aparece, debo confesarlo, más con intereses publicitarios que otra cosa. Había que dar a conocer lo que íbamos a hacer por la radio. Se imprimen cincuenta mil ejemplares en los que, además de los horarios, se incluyen datos útiles como los horarios de autobuses, las farmacias de guardia y todos los teléfonos de interés habidos y por haber, hasta un total de 41 números de teléfonos. Aparece también el cartel de la Semana Santa de aquel año y, además, se incorporan unas fichas dando cuenta de detalles históricos de las hermandades. En ellas aparece el nombre, el escudo, la sede, la fecha de fundación, el color de las túnicas, los autores de las distintas imágenes y las fechas de su ejecución, el número aproximado de nazarenos que saca, las bandas de música que acompañan a los pasos y observaciones sobre aspectos curiosos o novedades que deban destacarse en cada una. Por supuesto, el programa era gratis y en su distribución ha venido colaborando con nosotros "El Corte Inglés".

La acogida del público fue impresionante. Nos lo quitaron de las manos. Como consecuencia de ello, nos pusimos a trabajar para mejorar el producto. Así, cada año se ha venido haciendo alguna aportación al mismo. Lo primero fue reducir el tamaño para hacerlo más cómodo y portable. Puedo decir a este respecto, como anécdota, que sus dimensiones están calculadas según la medida del bolsillo lateral externo de una chaqueta de caballero.

En estos años se ha estabilizado su imagen externa, con una orla diseñada por Antonio Esquivias Fedriani y un dibujo que cada año cambia para representar a una hermandad distinta que realiza Carmelo Martín Cartaya.

En los últimos años hemos incorporado también la reseña de las procesiones que salen en los días previos a la Semana Santa en los distintos barrios. De hecho, la Cofradía de Torreblanca mereció los honores de nuestra portada cuando salió por primera vez en 1995.

La penúltima gran novedad de *El Llamador* de *Canal Sur Radio* surgió en la Semana Santa de 1996, en la que realizamos la que consideramos nuestra mejor y más útil aportación. Se trata de una exposición de los horarios que hasta ahora no había hecho ningún programa y en la que se muestran la situación de la cruz de guía y del paso de palio, o del principio y el final de cada cofradía cada media hora. Una novedad que era más que necesaria, dada la gran extensión de la mayor parte de las cofradías. Y sirva como ejemplo ilustrativo de ello el hecho de que cuando la cruz de guía del Gran Poder está bien adentrada en la calle Sierpes, el paso de palio de esta hermandad todavía no ha salido de su templo. Decir, por tanto, que el Gran Poder a las dos y media de la madrugada está en tal calle es obviamente informar a medias.

Curiosamente, la obtención de estos horarios que tan del agrado han sido del público y, sobre todo, que tanta utilidad tienen, ha sido un logro bastante difícil, que ha precisado de una labor cuasi detectivesca, toda vez que el Consejo, no sé por qué, no los quiere hacer públicos.

Ya en el programa de 1997 incorporamos la última novedad: pequeños textos de grandes escritores a fin de destacar la buena literatura que se ha realizado sobre la Semana Santa en un intento de dignificar el género. Así, hemos enriquecido el programa con fragmentos de textos de Joaquín Romero Murube, Antonio Núñez de Herrera, Santiago Montoto o Antonio Rodríguez Buzón. Una nómina que se incrementará en años venideros con plumas siempre ilustres de las letras sevillanas.

## UN PRODUCTO PERIODÍSTICO

Ya, a modo de conclusión, quiero destacar que *El Llamador* de *Canal Sur Radio* es, ante todo, un producto periodístico, realizado por periodistas, algo que, como tiene que notarse, se nota. Un periodista debe demostrar que lo es, trabaje en el Medio que trabaje. En una televisión digital o realizando un programa de mano para la Semana Santa de Sevilla. Ambas cosas son productos informativos, Medios de Comunicación por tanto, y deben estar a la altura de lo que la gente espera de nosotros. Es decir, que lo contemos todo, pero en poco tiempo y de manera facilita.

**DATOS DEL PROGRAMA *EL LLAMADOR***

<i>Número de páginas</i>	68
<i>Dimensiones</i>	11,5 x 16 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, publicidad e ilustraciones)
<i>Contenido Contenido</i>	Sin fotos Horarios Texto (Historia de hermandades, creaciones sobre Semana Santa y datos de interés)
<i>Publicidad</i>	30,26%

**El Programa de *Caja San Fernando*  
y sus fascículos \***

---

*Luis Becerra \*\**

---

**C***aja San Fernando* es pionera en los Programas de Semana Santa no por una pretensión, sino únicamente porque es muy amante de todos los sevillanos y la Semana Santa es la columna vertebral de nuestra ciudad. Tenemos constancia que el Programa-itinerario de las cofradías tiene algo más de medio siglo en nuestra entidad. Era un Programa diferente, más al uso de los que después se vendían en la calle y ahora el Programa es mucho más simple.

Nosotros hemos dirigido el Programa de Semana Santa a nuestra clientela, que es un público, en su mayoría, que va por la calle y acude a la carrera oficial puntualmente y de forma práctica lo lleva en el bolsillo. ¿Y por qué motivo hacemos una cosa tan simple, ya que tanto queremos a nuestra Semana Santa? Es muy fácil, porque esto va acompañando a otra publicación que es el fascículo que cada año hace la entidad. De hecho, la portada y contraportada del programa son las mismas que las del fascículo. Cada año se trata de dedicar a una cofradía diferente y que así pasen todas por aquí.

Respecto a las publicaciones que sobre Semana Santa se han hecho en la Caja San Fernando las detallo a continuación. En 1979 se publica el *Prólogo*, cuyo texto

---

\* Intervención tenida en el panel "Los Programas de Semana Santa vistos por sus responsables" celebrado en el "III Encuentro sobre Información Cofrade". Los cuadros estadísticos han sido preparados posteriormente para la presente edición.

\*\* Jefe de la Obra Cultural de *Caja San Fernando*.

corresponde a Juan Delgado Alba, correspondiente al coleccionable de *Semana Santa día a día* y con gran éxito, pues dispone de una tirada de más de 60.000 ejemplares anuales. En 1980 el mismo autor escribe también *Domingo de Ramos*. Posteriormente, en 1981, José Luis de la Rosa hace *Lunes Santo*, el cual también confeccionaría *Martes Santo* en 1982, *Miércoles Santo* en 1983 y *Jueves Santo* en 1984. Por su parte, la *Madrugada* corresponde a José Sánchez Dubé en 1985, que hace también *Viernes Santo* (1986) y *Sábado Santo* y *Domingo de Resurrección* (1986). Para terminar esta colección se publicó en 1987 *Conclusión y Génesis*, de José Luis de la Rosa.

Más adelante se hicieron dos ensayos con el fin de que entraran en la colección. Sin embargo, éstos no tuvieron continuidad porque no encontramos la forma de hilarlos unos con otros. Así en 1989 se publicó *La imagería y los imageros* de José María de Mena. En 1990 salió a la luz una investigación importante de José Sánchez Herrero titulada *Los gremios*.

Sobre la figuras de los Cristos en Sevilla, también hemos publicado diversas obras. En 1991 *Con la Cruz auestas*, de Jorge Bernal Ballester; en 1992 *En la Cruz enclavado*, de Juan Miguel González Gómez; en 1993 *De Rey a reo*, de José María García Valverde; en 1994 *De reo a Rey*, de Juan Miguel González Gómez; en 1995 *Consumatum est*, de Joaquín de la Peña Fernández; en 1996 *Muerto y sepultado*, también de Juan Miguel González Gómez y finalizamos en 1997 con *Cristo en Sevilla*, sobre textos evangélicos.

Pero, no se han acabado las colecciones. Cuando esté reunido, el próximo coleccionable se titulará *Dolorosas de Sevilla*. Asimismo en 1998 tendremos un fascículo que se llamará *Estrella de Amargura*.

Todos estos fascículos no son ajenos a la serie de exposiciones que en la Caja San Fernando son tan conocidas. En la plaza de San Francisco se inaugura en 1985 la exposición *La Semana Santa de ayer. Se trata de toda una revolución*, pues las hermandades toman conciencia de cómo se desprenden de tesoros para ser repuestos por nuevos tesoros. Es decir, la Semana Santa de Sevilla no es un fósil ni nada de museo, es algo vivo que tiene que renovarse y que tiene que morir en el aspecto exterior. Sin duda, fue una exposición-hito, a partir de lo cual las hermandades de Sevilla dejan de vender su patrimonio desde entonces y lo conservan.

Ya en 1986 se organiza *Artistas en el recuerdo*. En 1987 se hizo una exposición dedicada a los nazarenos *Gloria Nazarenorum*. En 1988, *Mater Dolorosa*, coincidiendo con el Año Santo Mariano y por expreso deseo del arzobispo Monseñor Carlos Amigo, que facilitó la posibilidad de que muchas imágenes importantes vinieran. Posteriormente, en 1989 y coincidiendo con el XV Aniversario de la Coronación de la Macarena, se hace *Esperanza Nuestra*. En 1990, *Valle-Coronación*, fecha en la que se cumplían 450 años de la fundación de la Hermandad de la

Coronación. En 1991, *Gran Poder* y en 1992, *Vera-Cruz*, con la intención de acabar en este año con este ciclo. Se hizo de una manera brillante, pues se celebró durante mayo y junio *Los esplendores de Sevilla* y se puso el listón lo suficientemente alto para por ahora no seguir organizando más exposiciones dentro de la *Caja*.

Al margen, ha habido otras exposiciones paralelas: en 1986, *El Calvario*, coincidiendo con las efemérides de su fundación; en 1995, *Hareton, tres generaciones de fotógrafos*; en 1996, *Servitas*, también coincidiendo con efemérides de la Hermandad respectiva; mientras que la del año 1997 se ha titulado *75 Lunes Santo*.

<b>DATOS DEL PROGRAMA DE CAJA SAN FERNANDO</b>	
<i>Número de páginas</i>	20
<i>Dimensiones</i>	10,5 x 15,5 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (íntegro)
<i>Contenido</i> <i>Continente</i>	3 fotos Horarios Sin texto
<i>Publicidad</i>	7,5%

<b>COLECCIONABLE DOLOROSAS DE SEVILLA</b>	
<i>Año</i>	<i>Título</i>
1998	Estrella de Amargura

**COLECCIONABLE LA SEMANA SANTA DÍA A DÍA**

<i>Año</i>	<i>Título</i>	<i>Autor</i>
1979	Prólogo	Juan Delgado Alba
1980	Domingo de Ramos	Juan Delgado Alba
1981	Lunes Santo	José Luis de la Rosa
1982	Martes Santo	José Luis de la Rosa
1983	Miércoles Santo	José Luis de la Rosa
1984	Jueves Santo	José Luis de la Rosa
1985	Viernes Santo (Madrugá)	José Sánchez Dubé
1986	Viernes Santo	José Sánchez Dubé
1986	Sábado Santo y Domingo de Resurrección	José Sánchez Dubé
1987	Conclusión y Génesis	José Luis de la Rosa
<b>NÚMEROS FUERA DE COLECCIÓN</b>		
1989	La imagería y los imageros	José María de Mena
1990	Los gremios	José Sánchez Herrero



## EXPOSICIONES

<i>Año</i>	<i>Título</i>
1985	La Semana Santa de ayer
1986	Artistas en el recuerdo
1986	El Calvario
1987	Gloria Nazarenorun
1988	Mater Dolorosa
1989	Esperanza nuestra
1990	Valle-Coronación
1991	Gran Poder
1992	Los esplendores de Sevilla. Los Tesoros
1992	Vera-Cruz
1995	Haretón, tres generaciones de fotógrafos
1996	Servitas
1997	75 Lunes Santo

---

## Capítulo 20

---

### Tres imprentas sevillanas y los Programas \*

---

*Javier Mejías Rojo*

*José Antonio Catalán*

*Valentín Trinidad \*\**

---

**L**as disertaciones de tres hombres de cualificada profesionalidad en el mundo de las Artes Gráficas en el “III Encuentro sobre Información Cofrade” han sido agrupadas en este capítulo, al igual que con otras intervenciones fueron reunidas en la Introducción de este libro. Las tres convergen en las aportaciones de cómo se preparan cuatro Programas.

#### SIN INTERÉS ECONÓMICO

**Javier Mejías Rojo**, gerente de *Imprenta y Papelería Rojo*, expuso:

*El Programa se comenzó a ejecutar en la imprenta en 1994. La iniciativa partió de las personas que trabajan en el taller, porque nos agrada mucho el tema de Semana Santa. Se hizo con la idea de obsequiar a los clientes y por la propia demanda de éstos. En otras imprentas también se realizan, y se quejaban de recibir los suyos y no los nuestros.*

---

\* Intervenciones tenidas en el panel “Los Programas de Semana Santa vistos por sus responsables” en el “III Encuentro sobre Información Cofrade”. Los cuadros estadísticos han sido elaborados expresamente para esta edición.

\*\* Javier Mejías Rojo es gerente de *Imprenta y Papelería Rojo*. José Antonio Catalán es gerente-propietario de *Gráficas El Pino*. Y Valentín Trinidad pertenece a *Artes Gráficas Trinidad*.

*A lo largo del tiempo se ha ido modificando poco a poco. Al principio se diseñó de modo muy sencillo, en la actualidad el número de páginas puede alcanzar las veinte: de ellas 11 cuentan con fotos, 9 con estadillos y 1 con publicidad. La información que porta se recibe del Cabildo de Toma de Hora. Su confección no suele resultar difícil porque se tiene la base del año anterior, aunque siempre existen cambios de última hora. Ésta es una de las razones por las que no se puede hacer con mucha antelación, para que salga lo más exacto posible.*

*En relación a las fotografías, a mí me gusta este tema, y muchas las realizo yo y otras un conocido fotógrafo que se llama Fernando Salazar. No existe ningún criterio para su selección, se escogen a libre antojo, todos los años cambian. Se utilizan imágenes de Besamanos, altares, otras antiguas, para que la gente tenga referencia de actos que seguramente no han visto. Se entregan a la fotomecánica con unos dos meses de antelación, sobre el mes de febrero, para que se vayan escaneando con tiempo.*

*Los textos no se elaboran hasta que no se conocen los horarios. Hay programas que salen con muchas incorrecciones en este sentido. El nuestro también tiene erratas en ocasiones pero intentamos que sean las mínimas. Eso es posible porque hacemos poca cantidad y trabajamos para pocos clientes. Si hiciésemos más esto no sería así, porque al tener que servirlos con tan poco espacio de tiempo y al ser esta imprenta una empresa pequeña y con poco personal no se pueden elaborar con la rapidez que precisa el producto.*

*El número de ejemplares ha ido creciendo, empezamos con 1.000 y se ha incrementando hasta 10.000. Varios de los clientes que lo recibían han querido hacerlos para ellos mismos y podérselos ofrecer a sus clientes. En cuanto a la financiación y a su rentabilidad, los programas no interesan económicamente. Se venden a un precio bastante barato. Se confeccionan gracias a la colaboración de otras empresas que no nos cobran la fotomecánica, fotolitos y composición de texto; lo hacen de forma gratuita porque trabajamos con ellos todo el año. No resulta rentable porque 1.000 ejemplares puede costar al cliente unas 30.000 ptas. No se obtiene beneficios, sólo sirve para amortizar los nuestros.*

*La aceptación que tienen entre el público es buena, aunque cada persona demanda que vaya su Hermandad. No nos dejamos llevar por esos comentarios, sino se repetirían las fotos. No obstante, a los responsables de su confección se nos ve el plumero con nuestras propias preferencias, aunque procuramos que salgan todas.*

<b>DATOS DEL PROGRAMA DE IMPRENTA Y PAPELERÍA ROJO</b>	
<i>Número de páginas</i>	20
<i>Dimensiones</i>	12 x 17 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido</i> <i>Continente</i>	13 fotos Horarios Sin texto
<i>Publicidad</i>	7,5%

#### *EL PROGRAMA DEL CONSEJO, DESDE 1959*

**José Antonio Catalán**, gerente propietario de *Gráficas El Pino*, dijo:

*El único programa que elabora Gráficas el Pino es el Programa Oficial del Consejo General de Hermandades y Cofradías, aunque también solemos sacar una tirada de unos 5.000 ejemplares con publicidad de nuestra empresa que repartimos entre nuestros clientes. Con respecto al primero, lo venimos haciendo desde 1966; anteriormente lo confeccionaba otra empresa. Con él hay que tener mucho cuidado y no cometer la más mínima errata. Tenemos que esperar la Toma de Hora del Cabildo para recoger los horarios e itinerarios exactos, se entregan 14 días antes de su inicio y la imprenta lo tiene que acabar en un plazo máximo de 5. Aunque los sabemos con anterioridad, hasta que no se confirman oficialmente no se puede comenzar el trabajo.*

*No se ofrece una tirada muy grande, quizás por eso no se conozca; lo suelen repartir entre las personas que ocupan los palcos y las hermandades. Es un programa que no se ve en la calle. La portada es el cartel de Semana Santa. Es diferente a los demás porque no porta fotos interiores. Sólo lleva el texto sobre la historia resumida de cada Hermandad; el orden de aparición lo marca el de salida de cada una de ellas; sus responsables son los que aportan los datos y normalmente Consejo de Hermandades y Cofradías, dos meses antes del inicio de Semana Santa, sobre*

febrero, les remite a cada una de ellas una copia de su historia, aparecida el año anterior, por si quieren realizar alguna modificación. Las correcciones son escasas, suelen contestar pocas, aquéllas que tienen algunos estrenos y quieren destacarlos.

El Programa del Consejo General de Hermandades y Cofradías, según el número de depósito legal, se empezó a imprimir en 1959. Se realiza una tirada de 3.000 ejemplares y se distribuye a nivel interno, aunque si alguien tiene interés de conseguirlo, unos siete días antes del inicio de Semana Santa, los pueden obtener en el Consejo; se reparte gratuitamente, lo que ocurre es que nadie lo demanda porque no se conoce.

El Consejo también imprime lo que se denomina "Nómina"; por ella se rigen los diputados de todas las Cofradías. Aparecen seis horarios: la salida del templo, la Venia en la Campana, la Cruz de Entrada en la calle Sierpes, cuando penetra en la Plaza, en la puerta de San Miguel, fuera de la Catedral y la llegada nuevamente al templo del último paso. Ésta es la que marca el horario oficial, aunque es muy difícil de respetar por el número de nazarenos y por los problemas que surgen.

DATOS DEL PROGRAMA DEL CONSEJO GENERAL DE HERMANDADES Y COFRADÍAS DE LA CIUDAD DE SEVILLA	
Número de páginas	110
Dimensiones	15,5 x 23 cms.
Color/BN	Color solo en la cubierta. El resto en blanco y negro.
Contenido	Ilustraciones: reproducción del cartel de la Semana Santa en la cubierta y escudos de las hermandades en el interior. Texto: Historia de las hermandades.
Publicidad	0,23%

<b>DATOS DE LA "NÓMINA" DEL CONSEJO GENERAL DE HERMANDADES Y COFRADÍAS DE LA CIUDAD DE SEVILLA</b>	
<i>Número de páginas</i>	8
<i>Dimensiones</i>	22 x 33 cms.
<i>Color/BN</i>	En blanco y negro.
<i>Contenido</i>	Texto: cuadros horarios e itinerarios de cada <i>Hermandad</i> . Sin fotos ni ilustraciones: sólo el escudo del Consejo General de Hermandades y Cofradías de la Ciudad de Sevilla.
<i>Publicidad</i>	0%

## SE COMIENZA A TRABAJAR A FINALES DE ENERO

**Valentín Trinidad**, de *Artes Gráficas Trinidad*, manifestó:

Los Programas se realizan en la imprenta desde hace unos días años, aunque previamente en la regentada por mi padre, ubicada en la calle Feria, ya se elaboraban. Los talleres que nos dedicamos a hacer pProgramas de Semana Santa en estas fechas lo hacemos por tradición, porque a excepción de varias empresas grandes que encargan más ejemplares y pueden producir algún beneficio, con el resto es mucho el trabajo que se invierte para la rentabilidad económica que se obtiene. Especialmente si contabilizamos el tiempo que se emplea en recopilar los datos, esperando que lo entreguen y buscándolos. Casi todo lo tenemos que hacer nosotros: las fotografías y los textos. Su contenido se obtienen a través de amigos, hermandades y el Consejo que nos ofrece los últimos cambios.

Las ideas para su confección son nuestras, el cliente no presenta nada; hay que dárselo todo hecho. Trabajamos normalmente con las empresas "Gofy" (20.000 ejemplares), "Danone" (en 1997 no se hizo) y unas veinte pequeñas empresas más (entre 500 y 1.500 ejemplares para cada una). En 1997 se distribuyeron unos 35.000

en total. Se confeccionan tres modelos diferentes. Mientras que para las grandes empresas el diseño es distinto, para las pequeñas se imprime un mismo programa en el que sólo cambia la contraportada, en ella aparecen anunciadas cada una de las empresas contratantes. El precio por ejemplar es de 35 pesetas, siempre que se encargue un mínimo de mil unidades. Los clientes son buscados por la imprenta, cuyo gerente realiza tareas comerciales

Sobre el Programa se comienza a trabajar a finales de enero. Se confecciona en cuatricomía, y por el escaso tiempo con el que cuentan primero se tiran los tres primeros colores y queda pendiente el negro, cómo saben la mayoría del programa va impreso en este último a excepción de las fotos y alguna trama. Se realiza de este modo, para evitar los mayores errores posibles en el recorrido, horarios, etc.; por ello se espera hasta la Toma de Hora, cuando llega la información exacta. Se tiene el 75 por 100 del programa elaborado, sólo queda la tirada del negro y la encuadernación.

Yo no sé si recordaréis aquellos Programas de Semana Santa de "Tío Pepe". Eran como una tarjeta con unas ruedas. Se trataba de uno de los primeros, desde entonces han ido evolucionando mucho.

Al actual, lo que los talleres podemos aportarle es mucho trabajo, para buscar la información, y los clientes, porque para imprimir 20.000 ejemplares hay que buscar a quién vendérselo. Existen empresas que resultan rentables porque imprimen un volumen considerable de ejemplares. Las fotografías tienes que enseñárselas con antelación al cliente, al igual que el resto del diseño. Como expresaba con anterioridad, son muchas las horas que se dedican. Se realizan más por tradición que por rentabilidad económica.

Cada taller le pone una especial atención en su confección para que los sevillanos y los que vengan de fuera puedan disfrutar de un programa lo más exacto posible. El diseño corresponde a la imprenta; en algunas ocasiones se acude a profesionales. Así ocurrió cuando incorporaron un plano de Sevilla, en él se marcaba el itinerario de los pasos cofrades, para lo que recurrieron a los servicios de un dibujante. Esta nueva aportación al tradicional ha sido copiada por otras imprentas. Los textos se les piden a las distintas hermandades. Las fotos son compradas a fotógrafos o bien se obtienen de un libro de la editorial "Algaida", de la que poseemos el consentimiento para su reproducción. Todos los años son distintas, siempre se busca la calidad.

**DATOS DEL PROGRAMA DE GRÁFICAS TRINIDAD**

<i>Número de páginas</i>	14
<i>Dimensiones</i>	14 x 21 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido Continente</i>	2 fotos Horarios Mapa de la ciudad Sin texto
<i>Publicidad</i>	7,5%

**DATOS DEL PROGRAMA DE GOFY**

<i>Número de páginas</i>	16
<i>Dimensiones</i>	11 x 15,5 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido Continente</i>	5 fotos Horarios Mapa de la ciudad Sin texto
<i>Publicidad</i>	25% (lleva bajo-impresión en páginas)



# Una investigación para localizar más de 22 Programas \*

---

*Dra. María Luisa Cárdenas*

*Antonia González Borjas \*\**

---

**L**ocalizar y reunir a propietarios y gerentes de las imprentas sevillanas, encargados de elaborar los Programas de Semana Santa que inundan las calles de Sevilla en esas fechas, se ha convertido en un quehacer riguroso, metodológico, lleno del más profundo trabajo de pautamiento científico. Todo comenzó en la Semana Santa de 1997 cuando el director de estos Encuentros localizó e intercambió Programas con el público que presenciaba el pasar de las cofradías, uniéndolos a otros en archivo. De este modo, se reunieron once modelos: seis de ellos de 1997 y cinco de años anteriores; uno de ellos, realizado con nueve variantes (es decir, su diagramación era la misma, lo único que cambia era la publicidad que contenía sus páginas).

Con el material indicado comenzó la investigación, para ello se contactó con las imprentas que tímidamente aparecían en la parte inferior de los programas, en un cuerpo minúsculo, casi inapreciable. En las visitas “in situ” a sus talleres se descubre un intenso e ininterrumpido trabajo: la hora de entrada está fijada pero no la de salida. También se detecta que la revolución industrial también pisó estos artesanos

---

\* Intervención tenida en el “III Encuentro sobre Información Cofrade”.

\*\* Ambas son miembros del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información. María Luisa Cárdenas es también profesora de Periodismo en el Centro Andaluz de Estudios Empresariales (CEADE).

talleres, transformándolos en sofisticadas empresas que no sólo realizan trabajos locales sino que además han saltado fronteras europeas y americanas.

Por ello, al "III Encuentro de Información Cofrade" por el que han pasado representantes de distintas instituciones, profesionales de los Medios de Comunicación y miembros de hermandades, también se invitaron a los responsables de las imprentas, los cuales son los que realmente confeccionan los Programas, se manchan las manos de tinta, los diagraman, realizan las fotos, redactan los textos e incluso algunos buscan la publicidad. Sus responsables narraron en qué consiste el proceso, desde la recopilación de datos hasta su edición. Los asistentes fueron el gerente de *Imprenta y Papelería Rojo*, Javier Mejía, quien se quejaba de que este producto no es rentable. A él le gusta un contenido clásico, no incluye ni cartel taurino ni informaciones que no tengan conexión con la Semana Santa. También estuvo presente en el Encuentro José Antonio Catalán, gerente y propietario de *Gráficas El Pino*. En su imprenta se elabora el llamado "Programa de lujo" y la "Hoja de itinerarios" del Consejo General de Hermandades y Cofradías. Éste es el único que se realiza desde un colectivo cofrade, porque curiosamente en Sevilla, a diferencia de los pueblos de la provincia, las hermandades no imprimen ninguno, sólo lo hace el indicado Consejo. En último lugar intervino Valentín Trinidad, representante de *Gráficas Trinidad*, que forma parte de una tercera generación de impresores, su abuelo ya trabajaba en 1897, su padre continuó el oficio y ahora lo hacen él y sus hermanos. Los Programas se realizan en la imprenta actual desde hace unos diez años, aunque previamente en la regentada por su padre ya se elaboraban.

## OTRAS IMPRENTAS INVESTIGADAS

Todas las imprentas investigadas no pudieron acudir al Encuentro por razones de trabajo y por la propia timidez que se esconde detrás de estos profesionales. No obstante, se contactó con ellas y se analizaron los Programas objeto de este estudio, cuyos análisis ofrecemos a continuación.

### *Egondi Artes Gráficas*

Egondi Artes Gráficas realiza Programas desde hace treinta años. Trabaja para una media de diez empresas, aunque en 1997 el número se redujo a cuatro. Imprimen de 5.000 a 7.000 programas por cliente; entre ellos se encuentran Previsión Española y Foto Supra. La imprenta se encarga de la diagramación, mientras que los textos y fotos los aporta el interesado, o bien los ponen en contacto con un fotógrafo experto en Semana Santa. Éstas últimas cambian cada año. Los Programas presentan distintos formatos, según el gusto de la empresa. El coste es difícil de determinar: va a depender de diversos factores como el número de fotos, la tintada, páginas, formato, etc.

DATOS DEL PROGRAMA DE <i>FOTO SUPRA</i>	
<i>Número de páginas</i>	16
<i>Dimensiones</i>	12 x 16,5 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido Continente</i>	3 fotos Horarios Sin texto Cartel de feria taurina
<i>Publicidad</i>	7,5%

DATOS DEL PROGRAMA DE <i>PREVISIÓN ESPAÑOLA</i>	
<i>Número de páginas</i>	16
<i>Dimensiones</i>	21 x 30 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido Continente</i>	20 fotos Horarios Texto (historia y opiniones de las hermandades)
<i>Publicidad</i>	13,44% (lleva publicidad bajo-impresa)

### *Imprenta Escandón*

Imprenta Escandón data de hace treinta años, aunque los Programas se vienen realizando desde hace unos diez. Se realizan para distintas empresas (BBV, San Eloy y Manuel Barea). La diagramación corre a su cargo, contando con su equipo

para ello, aunque en ocasiones siguen los consejos del cliente. Se utilizan como publicidad para las citadas empresas. La firma Manuel Barea además incluye la de otras empresas colaboradoras.

Los Programas no suelen experimentar modificaciones, mantienen el tamaño y la diagramación. Responsables de la imprenta expresan que todo lo relacionado con la Semana Santa conserva su tradición. Los textos que incluyen los aporta el cliente o bien lo ponen en contacto con un historiador experto en temas de Semana Santa como es Juan Carrero.

<b>DATOS DEL PROGRAMA DEL BBV</b>	
<i>Número de páginas</i>	40
<i>Dimensiones</i>	11 x 15,5 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido</i> <i>Continente</i>	9 fotos Horarios Texto (Historia de hermandades)
<i>Publicidad</i>	20,31%

<b>DATOS DEL PROGRAMA DE SAN ELOY</b>	
<i>Número de páginas</i>	36
<i>Dimensiones</i>	11 x 15,5 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido</i> <i>Continente</i>	18 fotos Horarios Sin texto
<i>Publicidad</i>	34,03%

DATOS DEL PROGRAMA DE <i>MANUEL BAREA</i>	
<i>Número de páginas</i>	48
<i>Dimensiones</i>	11 x 11,5 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido Continente</i>	25 fotos Horarios Mapa de recinto de feria Cartel de feria taurina Texto (recetas culinarias)
<i>Publicidad</i>	12,83%

### *Gráficas Carmona*

Gráficas Carmona comenzó a imprimir Programas hace treinta años, cuando el propietario era el abuelo del actual dueño. Entonces la diagramación era distinta, siendo más escueta, con pocas páginas y el itinerario sólo recogía los puntos más importantes, de forma simplificada.

En la actualidad los Programas han cambiado, se incorporan fotos, textos sobre la historia de las hermandades y el itinerario contempla un horario más exacto y señala el movimiento de los pasos cada treinta minutos. Los textos son redactados por la imprenta y todos los años presentan modificaciones. Las fotos las realiza su propietario, Jaime Carmona, renovándolas cada año: en ocasiones se atiende las peticiones que realizan distintas hermandades, siempre que las fotos con las que cuenten tengan calidad suficiente.

Hacen dos programas, uno para la propia imprenta y otro para una empresa que contrata sus servicios. En total imprimen 3.000 ejemplares.

DATOS DEL PROGRAMA DE GRÁFICAS CARMONA	
<i>Número de páginas</i>	24
<i>Dimensiones</i>	11 x 17 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido Conteniente</i>	3 fotos Horarios Mapa de la ciudad Texto (Historia de las hermandades) Cartel de la feria taurina
<i>Publicidad</i>	12,5%

### *Bernardo Muñoz*

Bernardo Muñoz es publicista y se encarga de contactar con distintos comerciantes de la ciudad. Todos los Programas que elaboran son iguales, lo único que cambia es la publicidad. Realiza dos tipos de portada: una para el barrio de Triana y otra para la Macarena, debido a la pugna entre ambas zonas. Incluye motivos distintos de las dos hermandades. Hemos localizado en 1977, veinte variantes del mismo Programa, es decir, veinte veces el mismo Programa con cambio solamente en el espacio publicitario apareciendo en cada uno de esos veinte una firma comercial distinta.

No cuenta con imprenta propia por lo que solicita los servicios de empresas impresoras a las que les proporciona el papel; de este modo sólo le cobran por el trabajo de impresión. A continuación sus datos:

<b>DATOS DEL PROGRAMA</b>	
<i>Número de páginas</i>	24
<i>Dimensiones</i>	12 x 17 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (portada, fotos y publicidad)
<i>Contenido</i> <i>Continente</i>	24 fotos Horarios Sin texto Mapa de recinto ferial Cartel de la feria taurina
<i>Publicidad</i>	6,25%

### *Padura*

Aunque no existen datos fehacientes sobre el comienzo de la impresión de los Programas de Semana Santa en Padura, sí consta por testimonios de uno de sus antiguos cajistas que fue en 1929 cuando se inició esta actividad en esta imprenta. La fecha tiene además connotaciones históricas, puesto que se produce una coincidencia con la Exposición Universal del 29 celebrada en la capital hispalense.

La tirada actual es de 10.000 ejemplares. Existe un solo modelo que incluye seis variantes (portan publicidades de distintas empresas).

<b>DATOS DEL PROGRAMA</b>	
<i>Número de páginas</i>	24
<i>Dimensiones</i>	12 x 16,5 cms.
<i>Color/BN</i>	Color (sólo portada)
<i>Contenido</i> <i>Continente</i>	Sin fotos. Horarios Texto (breve historia de las Hdades.)
<i>Publicidad</i>	16,6%

## CONCLUSIÓN

En la investigación se han detectado 22 Programas diferentes, de éstos 5 ofrecen distintas variantes (llegando a localizar hasta 20 iguales de cada uno y lo único que cambia es la publicidad que portan), aparte de los que realizan en sus páginas los diarios que se imprimen en Sevilla que también han sido analizados por los representantes de los distintos Medios en el transcurso del III Encuentro. El objetivo que se persigue en su elaboración se proyecta de modo distinto. Mientras que algunas imprentas buscan exclusivamente publicitarse a través de ellos, otras los utilizan como dinámica comercial, es decir, los imprimen para clientes que solicitan sus servicios; o bien, ellas mismas buscan comerciantes a los que pueda interesar este producto.

Las quejas recogidas en todas las imprentas con las que se ha contactado han sido similares. Todos critican el escaso tiempo del que disponen para poder realizar los Programas, atendiendo a que el Cabildo no se reúne hasta 15 días antes para aprobar el horario y el itinerario definitivo. Para solventar esta celeridad con la que han de trabajar, algunos tiran tres de los colores de la cuatricomía del Programa y dejan aplazado el color negro que será el reservado para los datos pendientes de confirmar. Otros se arriesgan o consiguen a través de las distintas hermandades los horarios, aunque siempre existe la posibilidad de que se equivoquen al poder existir cambios de última hora.

En cuanto al formato que presentan varía: el de bolsillo es el más utilizado aunque también se usa el tamaño folio y cuartilla. A lo largo del tiempo se han detectado cambios: incorporación del color, horarios más exactos, planos del recorrido, textos con la historia de las hermandades... El dato más relevante obtenido en este estudio es el gran volumen de ejemplares de Programas que se pueden llegar a imprimir. Ha resultado imposible conocer el número total, porque son muchas las imprentas que los trabajan y, además, se niegan a decir la cuantía que imprimen, aunque, por los datos recogidos, la cifra total puede superar los 400.000 ejemplares. Cantidad que justifica la atención necesaria como realidad informativa en la ciudad de Sevilla y hasta ahora no dada.



**Del Periodismo de tópicos  
a los comunicadores de la vía estética \***

---

*Dr. Juan del Río Martín \**

---

**E**n nombre del señor arzobispo de Sevilla, monseñor Carlos Amigo Vallejo, quisiera hacer llegar su saludo afectuoso a los organizadores y participantes de este *III Encuentro sobre Información Cofrade* que, en esta edición, versará sobre «*Revistas y Programas Cofrades*». El señor arzobispo alienta este interesante empeño de aproximar el fenómeno de la religiosidad popular a los profesionales de los Medios de Comunicación Social. De esta manera la Universidad Hispalense demuestra estar atenta a todo lo que ocurre en su entorno social y muy especialmente en nuestro mundo cofrade sevillano.

Vaya la felicitación del señor arzobispo al Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad, que, con renovada ilusión, año tras año va estudiando el complejo mundo de nuestras hermandades y cofradías desde la perspectiva del profesional del Periodismo.

**EL «COMPLEJO MUNDO» DE LAS HERMANDADES Y COFRADÍAS**

Ni que decir tiene que hoy estamos asistiendo a un «boom» de la religiosidad popular en Andalucía. El siglo XX pasará como el tiempo más importante en la

---

\* Intervención tenida en el "III Encuentro sobre Información Cofrade".

\*\* Delegado episcopal de Pastoral Universitaria.

evolución histórica de la piedad popular cristiana<sup>1</sup>. En la actualidad, el *tempus* de nuestras hermandades no se reduce a la Cuaresma, Semana Santa, Fiestas Patronales... Estas asociaciones de fieles de la Iglesia Católica están insertas en el tejido social de nuestro universo andaluz y, en medio de una sociedad secular y pluralista, son instituciones humanizadoras de la vida cotidiana de nuestros pueblos y ciudades.

Un buen periodista es el que sabe llegar, transmitir e impactar el corazón de la noticia, del acontecimiento o del fenómeno. Las hermandades y cofradías se podrán estudiar y describir desde la Sociología y la Antropología, pero poseen un núcleo básico desde donde dimanan muchos elementos que se escapan al simple espectador o al estudioso desde la perspectiva social. Así, para entender muchas sucesos en la vida de nuestras cofradías hay que situarse en el centro de su ser que no es otro que el amor y veneración a una determinada imagen o icono. Ello provoca unas experiencias espirituales personales y colectivas que configuran la vida de estas asociaciones que son las hermandades y cofradías.

## EL UNIVERSO SIMBÓLICO DE LA IMAGEN

De acuerdo con la tradición cristiana un «icono» es un lugar en el que está presente la gracia. Es el «espacio místico» donde se da una comparecencia de Cristo, la Virgen o los Santos que representan, y de ahí que sirva de lugar apropiado para rezarles. Con la bendición de un icono se hace posible un encuentro místico de lo divino simbolizado con el creyente. Así pues, no es de extrañar que las imágenes sean altamente reverenciadas y las más queridas o admiradas sean llevadas en procesión a través de las calles o junto a los enfermos<sup>2</sup>.

En la sesión VII del Concilio Universal celebrado en Nicea en el 787 se fija definitivamente la doctrina de la Iglesia acerca del culto de las imágenes, enseñando que éstas han de ser expuestas a la vista de los fieles a fin de que, contemplándolas, se eleven a aquellos a quienes representan. El arte puede representar, pues, la forma, la efigie, del rostro humano de Dios y llevar al hombre al inefable misterio de lo divino que se hace historia y carne humana: *«Por medio de un rostro visible nuestro espíritu será transportado por atracción espiritual hacia la majestad invisible de la divinidad a través de la contemplación de la imagen...De esta manera adoramos y alabamos, glorificándolo en espíritu...puesto que, como está escrito, Dios es espíritu, y por esto adoramos espiritualmente su divinidad»* (Papa Adriano)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> GÓMEZ GUILLÉN, A: *Religiosidad Popular. Aproximación teológica y pastoral*. Arzobispado de Sevilla, 1997, pág. 41-76.

<sup>2</sup> JAMES E.O.: *Historia de las religiones*. Vergara, Barcelona, 1963, pág. 465.

<sup>3</sup> JUAN PABLO II: Carta *Duodecimum saeculum*, 1987, nos. 8-9.

Por tanto, la belleza del arte conduce al Ser Supremo y estructura la mente y el corazón de quién experimenta «el arrebató de lo sublime». Así, para H. U. Balthasar, «*la Verdad y el Bien sólo en la Belleza están hermanadas*»<sup>4</sup>. Pues bien, esta vía estética tan visible, pregonada y exhibida pero a la vez tan oculta, misteriosa, personal e intransferible representa el caudal interno y explicativo último del hecho humano de las cofradías.

Ante este substrato configurador del mundo de nuestras hermandades cabe hacerse algunos interrogantes: ¿basta saber el argot cofradiero para retransmitir la estética de una estación de penitencia?, ¿se puede ser un profesional de la Sección de Cofradías con un desconocimiento de la cultura cristiana y de la significación del mensaje de la belleza?, ¿podríamos hablar de un Periodismo especializado capaz de transmitir el mensaje liberador de la Belleza?

### MÁS ALLÁ DE LO SENSIBLE

Ser original en las Revistas y Programas Cofrades exige un Periodismo artístico y creativo. El trasbase de los actuales estilos periodísticos de debate, polémica y confrontación no son del todo válidos ni adecuados para este tipo de información, donde el universo simbólico del icono «advocacional» que conforma una Hermandad y Cofradía tiene más poder *evocador-provocador-unitivo* en el grupo que las propias conquistas y problemas de la colectividad que forma una Hermandad. Saber comunicar «el esplendor de la belleza» es hacer que la interioridad propia del «icono sagrado» salga a la luz y pueda ser percibida y experimentada por el lector de la revista, del oyente o telespectador de un espacio cofrade.

La percepción de la belleza no es simple contemplación pasiva de algo exterior al propio sujeto. No es el hombre un mero receptor de datos sensibles, sino que en el modo de recepcionarlos pone su propia impronta: el hombre no sólo ve, mira; no sólo escucha, habla; no sólo capta, expresa. No sólo goza de lo creado, sino que, a su vez crea. La belleza exige siempre una reacción del hombre total, aunque en un primer momento lo hayamos percibido mediante una o varias facultades sensibles. Es el hombre entero el que vibra y se convierte entonces en espacio que responde y en «caja de resonancia» de lo bello que en él acontece.

Así, la creatividad es un salir de sí mismo para plasmar el propio *yo* en una realidad exterior que no nace de la sobreabundancia de una dinámica interna de aquel que domina el medio y la técnica, sino que es, ante todo, una respuesta gratificante y gozosa a una alteridad que se me ofrece.

---

<sup>4</sup> BALTHASAR, H. V.: *La esencia de la verdad*. Sudamericana, Buenos Aires, 1955, pág. 48.

Cuando decimos de tal o cual profesional de los Medios que es un verdadero artista estamos afirmando que no es sólo un inspirado que sigue una idea propia u original, sino que es un hombre que se deja irradiar por algo incomprensible que lo cautiva y hace que se salga del encuadramiento práctico y racionalista de lo puramente profesional que todos pueden hacer igual y que en él se plasma de manera especial. La forma no sería bella si no fuese fundamental anuncio y manifestación de una profundidad y de una plenitud que resulta inaprehensible e invisible. Un buen periodista de una Revista o Programa Cofrade es el que sabe comunicar el paso de la belleza visible a la plenitud de la hermosura que, para Schiller, no es otra cosa que el arrebató producido por la experiencia estética<sup>5</sup>.

Por ello, lo esencial en el Periodismo sobre cofradías no es que se sepa mucho sobre el fenómeno, se domine la técnica, se esté lleno de datos particulares o exclusivos, sino que se capte el misterio de la belleza que encierra el «ícono sagrado» que configura el corazón y los sentimientos de hombres y mujeres que a través de ello acceden al «amor de lo Invisible». Sin el conocimiento estético de lo espiritual, la razón teórica y práctica de esta profesión aplicada a la religiosidad popular resultará superficial y no impactará al lector u oyente de esa Revista o Programa Cofrade. Porque, como diría Schopenhauer: «La belleza es una carta abierta que nos gana los corazones de antemano». Por la vía estética se conseguirá una comunicación atractiva y siempre renovada. Nueva en su lenguaje, nueva en sus formas. Siempre sugerente y evocadora que evitará un lenguaje repleto de lugares comunes y de tópicos que representa la agonía de toda publicación y programa.

---

<sup>5</sup> SCHILLER, F.: *Poesía filosófica*. Hiperión, Madrid, 1994, pág. 27.

---

## Epílogo

**C**omo cada año, cuanto se ha expuesto y discutido en un foro como es el 'III Encuentro de Información Cofrade' queremos que sobreviva más allá del recuerdo, más allá de cuanto ha quedado escrito en el aire. Queremos que perviva en las páginas de este libro. Por esta razón, *Programas y Revistas Cofrades* se suma a los dos títulos anteriores para seguir un camino abierto hace ahora tres años que nos ha llevado a conocer más de cerca el mundo cofrade. Tanto en los títulos anteriores, como en éste que el lector tiene entre sus manos, sus autores han analizado distintos aspectos sobre la interrelación entre Periodismo y Mundo Cofrade.

Tal vez en otra ciudad, en otra región, no tendría cabida esta continuidad para estudiar y pormenorizar sobre estos acontecimientos que muchos viven tan sólo en una semana, pero que para otros muchos es tarea casi diaria que atraviesa la espina dorsal de todo un año. Quizás no podría ser de otro modo. Pues no se podría entender el esplendor de la Semana Santa sin tanta dedicación, sin tantas horas prolongadas a deshoras para que esta manifestación popular se materialice sin incidentes y en los horarios previstos, con el compás calculado y medido en cada paso y la belleza acumulada en la pátina del tiempo que cruza su historia durante tantos años sin apenas variantes.

Cuanto se expuso en aquellos días de diciembre de 1997 queda recogido en estas páginas. También en años anteriores los volúmenes *Periodismo y Cofradías* y

*Boletines de Hermandades*<sup>1</sup> recogían las distintas intervenciones de sus protagonistas. No es casualidad, por tanto, dada la trascendencia de la vida cofrade, que el mundo del Periodismo y de la comunicación haya podido sobrevivir al margen de estas manifestaciones populares. Lejos de esta posibilidad, los testimonios escritos y los programas emitidos desde los Medios Audiovisuales dan fe de nuestro quehacer profesional en este marco religioso y festivo en el que se escenifica la Semana Santa. No es, por tanto, puro azar, sino una necesidad imperiosa de informar la que reclama esta actividad en nuestra ciudad.

El presente volumen recoge las intervenciones del "III Encuentro" en torno a las Revistas y Programas Cofrades. Por otros años sabemos que el uso del color y la infografía, así como el Periodismo Especializado, ya están presentes en la vida interior del mundo cofrade. Igual suerte correrán los mapas y los planos, los verbogramas y las ilustraciones sobre cualquier aspecto relacionado con la Semana Santa.

Hemos hablado de Periodismo Especializado. En efecto, y no podría ser de otra manera. Cada día más el Periodismo necesita de una alta preparación y cualificación por parte del profesional que la ejerce. En la *Información Cofrade* siempre fue así, desde luego. No es un requisito que reclamamos en nuestros días, al igual que acontece en otros aspectos de este campo profesional. Es, sobre todo, una característica intrínseca del modo de hacer llegar a los demás los conocimientos sobre esta vida que vive camuflada durante todo un año para abrirse al mundo con todo su esplendor durante sólo siete días. Un rito que, año tras año, se cumple con la precisión y el empeño de quienes lo mantienen vivo más allá de estos días festivos.

---

<sup>1</sup> Ambas obras fueron editadas por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla con el patrocinio de Caja San Fernando, en ediciones preparadas y prologadas por el Dr. José Manuel Gómez y Méndez con epílogos de los Dres. José Álvarez Marcos y Antonio López Hidalgo. *Periodismo y Cofradías* (Sevilla, 1996, 114 págs.) contenía los capítulos firmados por Luis Arjona, Antonio Avendaño, Soledad Becerril, Mari Paz Oliver, Dr. Pedro Orive, Federico Osorio, Dr. Manuel Ponce, Francisco Rosales, Francisco Rosell y Antonio Serrano, aparte de los de Andrés Luis Cañadas, Javier Criado, Juan Eloy Durán, José Fernández, José Joaquín León, Dr. Juan Luis Manfredi, Dra. Pastora Moreno, Dr. Juan del Río, Dr. Ramón Reig, Santiago Sánchez Traver y José Domingo Sanmartín que también publicaron en el libro denominado *Boletines de Hermandades* (Sevilla, 1997, 148 págs.) que a su vez llevaba textos capitulares de la Dra. Carmen Calvo, Fernando Carrillo, Francisco Luis Córdoba, Juan Antonio Galbis, María Teresa Garrido, José Gómez Palas, Rafael Guerrero, Javier Gutiérrez Rumbau, Patricio Gutiérrez del Álamo, Adolfo Lama, José María Lobo, Fran López de Paz, Julio Martínez de Velasco, Francisco Mesa, José María O'kean, Javier Recio, Javier Rubio, José Luis Ruiz Ortega, Antonio Silva, Francisco Soto y Dr. José María Vega Piqueres.

La Información Cofrade necesita del periodista especializado, pero no sólo del profesional que conoce el mundo religioso, sino de aquel que sabe de arte sacro, de aquel que se ha adentrado en los recovecos históricos de Sevilla, de aquel que ha vivido la ciudad no sólo a través de las guías turísticas y las tarjetas postales, sino sobre todo del periodista que ha hecho de todos y cada uno de estos conocimientos un modo de entender la vida. Porque sólo así se puede vivir, y como consecuencia informar, de un mundo tan dispar y heterogéneo como es la Semana Santa y la vida interna de las hermandades y las cofradías.

Que estos “Encuentros sobre Información Cofrade” hayan encontrado en la Universidad de Sevilla su escenario más idóneo dan fe de que el interés por esta parcela del Periodismo Especializado no es ya interés sólo de quienes se empeñaron en que esta empresa fuese una realidad, sino que su proyección se ha extendido mucho más allá de cuanto aspiraba a ser en su propio germen.

**Dr. Antonio López Hidalgo \***

*Universidad de Sevilla, Marzo de 1998*

---

\* Profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla y coordinador del “III Encuentro sobre Información Cofrade”.

---

# Índice

	<u>Página</u>
<i>Prólogo</i>	
por el Dr. José Manuel Gómez y Méndez .....	7
<i>Introducción</i>	
por Ricardo Ríos, Patricio Gutiérrez del Álamo, Dr. José María Vega Piqueres y Adolfo López Gómez .....	13
Capítulo 1: <i>Conocer y sentir cariño</i> por Soledad Becerril .....	19
Capítulo 2: <i>El Programa de ABC</i> por José Joaquín León .....	22
Capítulo 3: <i>El "Programa de las Cofradías" en Diario 16</i> por Ignacio Díaz Pérez .....	27



Capítulo 4: <i>Los Programas de El Correo de Andalucía</i> por Rafael Guerrero Moreno .....	32
Capítulo 5: <i>La Guía de El Mundo</i> por Javier Rubio .....	39
Capítulo 6: <i>El Programa en Sevilla-Información</i> por José Gómez Palas .....	42
Capítulo 7: <i>El mando a distancia de los lectores</i> por el Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral .....	46
Capítulo 8: <i>Paralelismo entre auge y vicisitudes</i> por Francisco Jiménez Bejarano .....	50
Capítulo 9: <i>Perpetuar el dinamismo estético y evolutivo</i> por Federico Rupérez Pino .....	54
Capítulo 10: <i>Una perspectiva exterior</i> por el Dr. Javier Criado Fernández .....	57
Capítulo 11: <i>Sabemos por los Medios</i> por María Teresa Garrido Conde .....	61
Capítulo 12: <i>Las Revistas vistas desde Tabor y Calvario</i> por Joaquín José Rubio Pastor .....	66
Capítulo 13: <i>La vida de Mundo Cofrade</i> por Guiomar Sánchez .....	71
Capítulo 14: <i>La revista Melodía y la música procesional</i> por Manuel Carmona Rodríguez .....	75
Capítulo 15: <i>El latir de Revista de Primavera</i> por Antonio Ocaña .....	80

---

Capítulo 16: <i>Las Revistas Cofrades ante la inviabilidad del mercado</i> por el Dr. José Álvarez Marcos .....	84
Capítulo 17: <i>Cruz de Guía, de Radio Sevilla</i> por Juan Eloy Durán .....	87
Capítulo 18: <i>El Llamador, de Canal Sur Radio</i> por Juan Miguel Vega Leal .....	90
Capítulo 19: <i>El Programa de Caja San Fernando y sus fascículos</i> por Luis Becerra .....	95
Capítulo 20: <i>Tres imprentas sevillanas y los Programas</i> por Javier Mejías Rojo, José Antonio Catalán y Valentín Trinidad .....	100
Capítulo 21: <i>Una investigación para localizar más de 22 Programas</i> por la Dra. María Luisa Cárdenas y Antonia González Borjas .....	107
Capítulo 22: <i>Del Periodismo de tópicos a los comunicadores de la vía estética</i> por el Dr. Juan del Río Martín .....	115
<i>Epílogo</i> por el Dr. Antonio López Hidalgo .....	119
<i>Índice</i> .....	123
<i>Cierre</i> .....	126

## CIERRE

El presente libro, titulado PROGRAMAS Y REVISTAS COFRADES, 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 la CAJA SAN FERNANDO, se computerizó por María Luisa Cárdenas Rica, Antonia González Borjas, Esther Gómez Suárez, Patricia Lupiáñez y María Teresa Cortés, interviniendo en el proceso lasergráfico Estrella Gómez Montaña y Juan Salmerón Castillo; se imprimió por Antonio Gómez Caro en los talleres de Gráfica Los Palacios, concluyéndose el día 25 de marzo de 1998.