

La Navidad y los Belenes en los Medios en Red y en la Ciudadanía *

Cristina Menéndez González **
Miguel Gallardo Rodríguez **
Juan José Morillas Rodríguez **
Santiago Sánchez Traver **

El penúltimo panel del Encuentro estaba programado con este título: “*La Navidad y los Belenes en los Medios en Red y en la Ciudadanía*”. Se sentaron ante el público: Cristina Menéndez González, psicóloga y publicista, con experiencia profesional en el ámbito de los personas “*sin techo*” y de los ciudadanos con adicciones; Miguel Gallardo Rodríguez, abogado, periodista y empresario, director de Comunicación de la Federación Española de Baloncesto y asimismo director de *Sevillapress.com*, el primer Medio Digital no vinculado a un Medio Impreso; Juan José Morillas, presidente de la Asociación de Belenistas de Sevilla, entidad con años de dedicación a la temática, y persona con amplio conocimiento en los temas religiosos y costumbristas sevillanos, y Santiago Sánchez Traver, periodista, que ha sido presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla, director de *Canal Sur TV* y delegado territorial *RTVA* en Andalucía, y es profesor de Periodismo en CEADE aparte de haber impartido docencia en la Universidad de Sevilla.

Cristina Menéndez González: La Navidad es un tiempo de luces artificiales y también de sombras. Detrás de unos cartones está Encarna. Tiene 58 años y está en plaza de Armas en Sevilla. Lleva 15 años viviendo en la calle.

* Intervenciones tenidas durante el panel “*La Navidad y los Belenes en la Red y en la Ciudadanía*”, coordinador por la profesora doctora María Ángeles Fernández Barreo, el 2 de diciembre de 2009, a las 18:45 horas, en el “*Encuentro sobre Medios de Comunicación, Navidad y Belenismo en Sevilla y provincia*”.

** Los nombres de los intervinientes están por orden alfabético de apellidos. Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

La Navidad es un tiempo de contrastes. Hay consumo, pero también hay pobreza. Hay muchas personas que se reúnen para estar en compañía, pero hay muchas personas que se encuentran solas. Es un mundo de luces y un mundo de sombras, una época en la que vemos muchos anuncios, pero en la que hay duras realidades.

Estamos en una sociedad frívola, pero también hay un sentido de vida muy profundo y estas personas de la calle lo plasman con su superación diaria y ganas de vivir. Estamos en una sociedad maquillada, pero no podemos perder de vista la esencia, los valores humanos. Tenemos que ver lo invisible. Hay muchas personas que están en la calle. Tenemos que reflexionar sobre el espíritu navideño para que no sea flor de un día, sino que sea parte de nuestros valores. En nuestra sociedad vemos a una mujer estupenda con su coche descapotable al lado de Howard, un inmigrante que se gana la vida con su arte y vendiendo pañuelos. Un mundo de contraste, pero un mundo real.

¿Somos maniqués o personas?, ¿prima más la superficialidad o los valores? Hoy en día estamos rodeados de apariencia, de imagen, de consumo, pero no podemos dejar de lado la esencia de la persona. Es por eso que las fotografías reflejan los maniqués y las personas que están detrás. Cuando nos miramos al espejo, ¿que vemos, el maniquí en el que queremos convertirnos rodeándonos de maquillajes y posesiones o en los valores que queremos tener siendo personas?, ¿qué vemos en esta fotografía, las botas del escarapate o al hombre que hay detrás pidiendo limosna? Todas son imágenes de Sevilla, son personas de aquí. No hace falta salir al extranjero para ver la realidad.

Hay muchos factores que explican por qué una persona está en la calle. No debemos juzgarla porque hay un mundo por descubrir. Se trata de personas con historias difíciles, en muchos casos, enfermedades físicas o psíquicas, incluidas las adicciones como refugio a sus problemas. Hay una gran falta de apoyo social, un acceso limitado a los recursos. No hay estructura. La mayoría son remedios pasajeros como albergues. También hay falta de empleo y oportunidades de formación. Incluso cuando les damos pan y techo, les estamos alimentando como personas, les estamos dando dignidad, estamos invirtiendo en ellas.

Al hablar de una persona sin hogar, debemos tener en cuenta que existen muchos estereotipos, sobre todo, negativos. Vemos a los inmigrantes como grupo, con lo cual se diluye la responsabilidad. Los vemos como algo natural, algo que siempre ha estado, que siempre estará y que no se puede solucionar. Pero, ante todo son personas que tienen mucho valor, saben valorar las cosas

pequeñas de la vida. Si los ayudamos, podemos construir un mundo más humano que invierte en las personas.

Estos grupos tienen escasa presencia en los Medios y la mayoría de las veces son para campañas puntuales de solidaridad como, por ejemplo, la Navidad. El poder de los Medios es muy grande e importante para derribar prejuicios, para acercarnos la realidad, a las personas cara a cara, con nombres y apellidos porque detrás de cada persona de la calle hay una historia, un ser humano con sus deseos e ilusiones. Los Medios pueden hacer una nueva sociedad ahondando en valores, sensibilizando a la población para actuar, para no quede en palabras, sino en buenas acciones. Todo ello tiene como fin invertir en el desarrollo de una sociedad más humana, más justa, una sociedad de bienestar para todos.

Las personas de la calle ven la publicidad como una ilusión, como un mundo muy lejano, como un tesoro perdido y alejado completamente de su realidad. Ellos ven mil anuncios de un mundo feliz y piensan que la vida da muchas vueltas y quizás algún día ellos tengan una oportunidad de cambiar. Quizás el mensaje sea que el espíritu de la Navidad no sea un teatro, que no seamos buenos sólo por un día, que no se encienda una luz que luego se apaga, sino que se interiorice en nosotros. Hay muchas maneras de ayudar: con un gesto, una palabra, una pequeña ayuda, una inversión, un no mirar para uno mismo. Debemos hacer que la ilusión y la lucha por el desarrollo duren todo el año y los Medios de Comunicación tienen mucho poder para conseguirlo.

Miguel Gallardo Rodríguez: Cuando empecé a mirar qué cosas podían ser de interés para el tema que nos ocupa, me di cuenta de que los periódicos impresos, la Radio, las Televisiones, el Periódico Digital o la Red están llenos de noticias sobre Navidad y que la gente que hace los periódicos no son conscientes de ello. No hay jefe de la sección de Navidad, no hay ni si quiera un apartado de la Navidad como hay en Deportes, en noticias municipales o en Gente, pero hay un gran número de información dentro de los periódicos sobre este tema. Fíjense si es importante que una de las pocas cosas que paraliza a los a los Medios de Comunicación escritos es la Navidad. Como sabéis, los periódicos no publican el 25 de diciembre y el 1 de enero. Los tres días en Sevilla que no se venden periódicos coinciden con festividades religiosas. Las anteriormente nombradas y el Viernes Santo. Esto no deja de resultar curioso en una sociedad que se siente, o al menos lo parece, menos religiosa y más aconfesional.

Sobre Navidad en Internet podemos encontrar información acudiendo a los buscadores, para lo cual hay que introducir palabras o frases que nos

permitan encontrar información que aparece en los Medios de Comunicación en distintas secciones de los periódicos, pero todas tienen un referente común: la Navidad. Haciendo referencia a los Medios, en *Sevillapress.com* hay un buscador donde podemos comprobar que hay una gran cantidad de noticias sobre este tema. Las palabras clave son: ‘navidad’, ‘feliz navidad’, ‘reyes magos’, ‘proclamación de reyes magos’, ‘año nuevo’, ‘belén’, ‘nacimiento’, ‘cabalgata de reyes’, ‘villancicos’, ‘disco de villancicos’, ‘concurso de villancicos’, ‘epifanía’, ‘campanilleros’, ‘mantecados’, ‘dulces de navidad’, ‘regalos de navidad’, ‘cartel de navidad’, ‘fiesta de navidad’, ‘fiesta de fin de año’, ‘pregón de navidad’, ‘lotería de navidad’, ‘programas de navidad’, ‘trajes de navidad’ y ‘disfraces de navidad’.

Una de las palabras olvidadas es ‘solidaridad’. En *Sevillapres.com*, desde 2005 tenemos un apartado sobre la solidaridad. Los periódicos hacen referencia a los actos benéficos solidarios que ocurren en la ciudad, pero no le dan la importancia o la categoría necesaria, así no se le da una sección fija o estable donde ubicar todas las informaciones sobre la Navidad.

La Publicidad se mueve mucho para contratar anuncios de dulces, juguetes, trajes, etc. Se invierte mucho en Publicidad de cara a esos días, que es cuando mayores ingresos tienen los comercios. Y debido a ello, todas las televisiones por pequeñas que sean preparan programas especiales de Navidad.

¿Qué se puede escribir sobre la Navidad? Pues acerca de los alumbrados que crean mucha polémica social, política e, incluso, en los Tribunales. Hay una Asociación de Comerciantes que ha amenazado con iniciar los trámites para querrellarse con determinados políticos por considerar prevaricación el hecho de haber elegido unas calles u otras en el tema del alumbrado. Otros temas son los Reyes Magos (elección de los Reyes, coronación, Cabalgata, etc.), la lotería (antiguamente se sacaban ediciones especiales en los diarios de mañana o diarios vespertinos para dar a conocer los números premiados) o los Belenes (en *ABC* hay cuatro o cinco páginas con un listado de Belenes, horarios y hermandades que los montan). En *Sevillapress.com* tenemos la ventaja con respecto a la Prensa escrita de que no tenemos problemas de espacio ni longitud de texto. Nuestra filosofía es publicarlo todo. Tenemos muchas noticias referentes a la Navidad y a la programación de muchos pueblos de Sevilla sobre Cabalgatas, concursos de poesía o de villancicos.

Juan José Morillas Rodríguez: A mí me toca la parte más fácil, la parte artística, que también es propia de la Navidad. Nadie ve la Navidad sin recordar en la calles y en la casas más tradicionales los Belenes. Precisamente, de eso se encarga la Asociación que yo presido. En Sevilla hay dos asociaciones que

tienen una historia de 36 años. Son dos asociaciones dentro de un grupo enorme en España que están federadas -hablamos en torno a unas setenta u ochenta asociaciones entre pueblos y ciudades- y que tienen bastante importancia dentro del ámbito cultural. Recientemente, ha salido publicado un precioso libro editado por Everest, cuya portada es una figura de nuestra Asociación sobre Belenes y cuya primera edición ya se ha agotado.

El Belenismo es una tradición. Nos tenemos que remontar a nuestros abuelos, bisabuelos, tatarabuelos cuando montaban sus Belenes en casa con sus corchos, el papel de envolver, las velas poco antes de comenzar la luz eléctrica, que provocaron no pocos incendios. Se ha mantenido durante muchos años. Hubo momentos en los que hubo un declive de Belenes por la competencia del Árbol de Navidad, es decir, por la influencia de la cultura americana por comodidad, por durabilidad, por economía, incluso, y porque es más fácil poner y quitar el árbol todos los años. Las figuras, en cambio, se pierden, se rompen. El árbol era más inmediato y esa competencia es bastante desleal para el Belenismo.

A partir de los años setenta y principios de los ochenta, comenzó de nuevo a recobrar fuerza el Belenismo por muchas circunstancias. En primer lugar, porque siempre somos cíclicos, volvemos a la tradición, no la abandonamos del todo. Hay mayor poder adquisitivo para poder comprar las figuras, también hay figuras más baratas o, incluso, de plástico para que los niños puedan ponerlas o colocarlas. Se guardan las figuras más nobles, las más caras o las de más antigüedad, es decir, las más artísticas porque en Sevilla, igual que tenemos imagineros de figuras de Semana Santa, tenemos imagineros artesanos que hacen verdaderas maravillas con las figuras navideñas.

Otras condiciones que influyeron en que el Belenismo se recuperase allá por los años ochenta, es el hecho de que las Asociaciones Belenistas hayan empujado fuerte promoviendo cursos para que se realicen verdaderas obra de arte. Los concursos patrocinados por asociaciones y por subvenciones públicas han animado a participar a mucha gente. Concursos que son de familias, de instituciones, de escaparates, incluso. En esa línea de proyección del comercio y hacia el público en general tiene su hueco el Belén o el Misterio que nos recuerda a lo tradicional, a lo de siempre.

Nosotros publicamos una ruta artística de Belenes, en la cual figuran Belenes privados que, algunas veces, son incluso mejores que los públicos. Los Belenes tienen horarios y fechas. Normalmente, la Prensa copia estas guías, por eso colaboramos estrechamente con la Prensa. También utilizamos la página web, en la que se puede mantener contacto con la Asociación y ver las

novedades y una publicación que se llama *Ángelus Domini* (Ángel del Señor) porque la simbología de la asociación de belenistas de Sevilla es un ángel portando una estrella con la Giralda. Es una revista bastante digna, con muchos reportajes e imágenes en páginas a color y un tanto exclusiva en España.

Además, hablamos de la revolución de poliespán, qué ha supuesto trabajar con cutes, escayola, pintura, etc. Otra actividad que tenemos es la realización de carteles pintados por artistas reconocidos de Sevilla como Borrás, Zaplana, Juan Antonio Huguet o Petrel. Son carteles que ennoblecen a la Asociación y transmiten el mensaje de la Navidad. También preparamos el pregón del Belén, de los Reyes y la Navidad. Este año es el número 32.

Hay muchas asociaciones que montan Belenes. En el radio de Sevilla se montan más de treinta Belenes en peñas, empresas privadas, establecimientos, etc. Uno de los más tradicionales es el de San Juan de Dios. La colaboración que existe con los Medios de Comunicación se restringe a esta época porque la vida de las Asociaciones Belenistas está latente durante el resto del año. Hay actividades internas de visitas, para compartir experiencias, de convivencia, pero no de actividad turística. El belenista, comienza en verano a preparar las piezas de sus Belenes. Muchos utilizan las vacaciones para eso. Desde octubre a noviembre está prácticamente ensamblando las piezas, porque, lógicamente, no se monta en pocos días. A la Prensa les ofrecemos los datos y, en segundo lugar, recogemos en ella todos los actos que hacen los belenistas y la Navidad: pregón, presentación del cartel, etc.

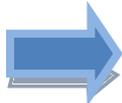
Santiago Sánchez Traver: En Sudamérica hay países como Colombia, Ecuador o Perú con una gran tradición belenística. Si vais al Valle de los Reyes en Perú, os venderán un Belén con toda seguridad. Todas sus tiendas venden Belenes en agosto. Así, no es extraño que en América haya alrededor de 24.500 páginas sobre el tema en Red.

Si buscáis en *Google* la palabra ‘Belenismo’, tiene 220.000 entradas, unos 305.000 usuarios en la Red, es decir, hay un gran número de gente en España que tiene un gran interés por este tema y que accede a estas páginas. Cuando accedemos a las mismas, encontramos que varias de ellas son privadas. En España, la más importante es *Belenismo.net*, que acoge un foro de Belenismo muy interesante. Otras webs especializadas son: *TallerdeBelenismo.com*, *BelenesdeNavidad.com*, *MisBelenes.com*. También hay un grupo en *Yahoo* dedicado al Belenismo y podemos acceder a una fundación que tiene un boletín en papel y un boletín digital o cibernético con periodicidad que informa sobre las Asociaciones de Belenistas de toda España, siendo las

más importantes las de Pamplona, Madrid, La Rioja y Sevilla. A esta última se accede por *Asociaciondebelenistasdesevilla.org*

Con la entrada ‘belenistas sevillanos’ nos encontramos en la Red 26.300 resultados de páginas de belenistas exclusivamente de Sevilla, al margen de las guías y los apartados para Belenes que también aparecen publicados en las páginas web de los periódicos. Como sabéis no hay ningún periódico dedicado exclusivamente al Belenismo. Sí podemos encontrar contenidos sobre Belenismo en los Medios digitales o cibernéticos. En ellos, podemos hallar tres tipos de contenidos. El primer tipo se refiere a la Agrupación o Asociación; el segundo gira en torno a las actividades de las Asociaciones y el tercero se dedica a la guía de Belenes. Si se montara algún Medio especializado en la materia, podría llamarse *Campanas de Belén*. El redoblar de la campanas que anuncia la Navidad sería el símbolo, la cabecera de un periódico digital o cibernético sobre Belenismo. Así, que os insto a que lo montéis porque en el mercado no hay ninguno por el momento.

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

