

nos ofrecerá imágenes realmente que casi nos permite vivir en vivo, y valga la utilización reiterada de este concepto, lo que está sucediendo en la calle.

Para mí, la Radio tiene una virtud, que es fundamental no sólo en el tratamiento de la Información Cofrade, sino en cualquier momento, y es la instantaneidad. Lo cual nos permite que el acontecimiento, en el mismo momento que se produce, lo podamos trasladar a nuestra audiencia. Por eso veréis que los programas cofradieros radiofónicos de todas las emisoras de Sevilla adquieren un especial relieve y resonancia cuando se le ocurre al cielo abrirse en forma de copioso aguacero. Entonces, el único referente que tiene el ciudadano para saber si una cofradía se ha quedado dentro, si se vuelve, si el cabildo de oficiales se reúne -además esto siempre ocurre- trescientas veces para decidir que no sale y después sale y le llueve encima. Para saber si se cambia de itinerario, si se queda en otra iglesia, es la Radio, porque la Televisión no le es posible cubrir este tipo de informaciones por su complejidad técnica y la Prensa tendrá que aguardar al días siguiente. Sin embargo, yo pienso que nos complementamos todos los Medios en esto.

Capítulo 9

Los investigadores ante el quehacer periodístico cofrade *

Concha Edo **

Carmen Herrero **

Francisco Esteve **

Antonio Ramos Espejo **

Último panel del V Encuentro sobre Información Cofrade y por tanto también último del Ciclo de Encuentros sobre esta temática. Con él concluía el Plan de Investigación que a cinco años, con el patrocinio de Caja San Fernando, se trazó el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla sobre esta actividad que ocupa espacio en páginas periodísticas, en tiempos de Radio y Televisión, así como en otros productos tradicionales y emergentes en el Periodismo. Y cabía preguntarse si es Periodismo Especializado. Las opiniones al respecto se han ido vertiendo desde emisores hasta receptores. Había que recabar la opinión de estudiosos de la Especialización Periodística. Y por ello este panel. Hablaron: Concha Edo y Francisco Esteve, profesores de Periodismo en la Universidad Complutense, y Carmen Herrero, profesora de Periodismo en la Universidad de Sevilla y directora de su Grupo de Investigación de Análisis del Discurso Periodístico; como moderador, Antonio Ramos Espejo, profesor de Periodismo en la Universidad de Sevilla y miembro del Equipo de Investigador organizador del Encuentro.

* Intervenciones desarrolladas en el panel *Los investigadores ante el quehacer periodístico cofrade* en el *V Encuentro sobre Información Cofrade*.

** Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

Antonio Ramos: En primer lugar, quiero celebrar que estos Encuentros hayan cumplido un quinquenio. Eso es muy valorado en cualquier profesión. No hay nada como vivir en Sevilla y estar en un Medio de Comunicación para saber valorar la importancia que tiene el fenómeno social de la Semana Santa y, por ende, la Información Cofrade.

Hay un lector cofrade y por tanto una demanda; hay además una voluntad de muchos nuevos profesionales de tener la especialidad de Periodismo Cofrade. Y hay unas empresas en Sevilla que potencian a este tipo de profesionales. Por el contrario, en otras actividades, el tratamiento de Semana Santa o de cofradías se hace bien desde una perspectiva marginal -yo he estado en varios periódicos y tengo esa experiencia-, o bien se deja en manos de colaboradores. Aquí es un fenómeno totalmente distinto, hay especialistas en Información Cofrade y pertenecen, además, a las plantillas de Prensa y en algunos casos de Radio y de Televisión. Yo creo que esto es un fenómeno que además tiene una actividad no solamente referida a una o dos semanas de un mes determinado, sino a prácticamente todo el año.

Desde mi punto de vista puede ser comparable con otros dos fenómenos como pueden ser el Carnaval en los casos de Cádiz y de Tenerife, o las Fallas de Valencia, que ocupan a muchísima gente prácticamente todo el año. ¿Qué tipo de Periodismo es éste? Para eso tenemos aquí a tres expertos que nos lo pueden aclarar, que nos lo pueden intentar definir.

Os voy a decir primero quiénes son: Francisco Esteve Ramírez, que es Profesor Titular de Información Periodística Especializada en la Universidad de Complutense, es director académico del Master *Información y Comunicación* de la Universidad Complutense, y tiene además libros sobre Periodismo Especializado. Probablemente, de aquí salga el próximo libro, igual que habla de las especialidades de Teatro, podría tratar también la Información Cofrade, una modalidad del Periodismo Local.

Carmen Herrero, conocida de sobra ante los oyentes; es uno de los pilares más sólidos de la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla y que además está en nuestro entorno más cercano a nivel profesional y a nivel social en Andalucía y más concretamente en Sevilla.

Concha Edo es periodista; ha estado en muchos Medios de Comunicación, entre ellos en la buena etapa del *Ya* y últimamente en *El Mundo*; es doctora en Ciencias de la Información y profesora de Periodismo en la Universidad Complutense; autora de cuatro libros y decenas de artículos en revistas académicas y es miembro del Consejo de Redacción de la Revista *Estudios sobre el mensaje periodístico* de la Universidad Complutense. En periodista especializada en Ciencias y Comunicación.

Francisco Esteve: Quisiera empezar haciendo una pequeña referencia personal. Yo tuve la oportunidad de conocer por vez primera la Semana Santa sevillana, es

decir, mi primera información cofrade de la Semana Santa sevillana de la mano del director de este Encuentro, del profesor José Manuel Gómez y Méndez, que vinimos los dos desde Madrid. Él era compañero allí en Madrid, en la Facultad, y vinimos a conocer la Semana Santa sevillana. Por lo tanto, para mí es una satisfacción volver ahora nuevamente aquí a Sevilla para poder hablar de esa experiencia.

La primera impresión que me causó la Semana Santa sevillana fue bastante íntima, bastante sorprendente, en cuanto que era un espectáculo ver cómo todo un pueblo se manifestaba. Yo pensé que aquello rebasaba o superaba el planteamiento meramente religioso para trascender a un planteamiento más sociológico, antropológico y cultural. Considero que, efectivamente, a partir de entonces me ha seguido interesando el seguimiento de la Semana Santa en Sevilla. He venido en varias ocasiones y sigo confirmando esta idea inicial de que la Semana Santa sevillana es algo más. Así como dicen que el Barça es más que un equipo de fútbol, la Semana Santa sevillana es algo más que una Semana Santa, es algo que trasciende a unos parámetros de carácter antropológico, sociológico, etc.

Dicho esto, y centrándome en lo que se me ha pedido, que es mi opinión como profesor de la asignatura de Información Periodística Especializada, desde este aspecto, habría que decir que la Información Cofrade, en primer lugar, es Información y, en segundo lugar, es Cofrade. Pero a veces olvidamos que, en este sentido, la Información Cofrade pretende informar, transmitir un mensaje, comunicar unos hechos. Éstos son específicos. Es un acontecimiento especial que es el acontecimiento de unas actividades de unas cofradías, de unas hermandades, en torno a unos objetivos concretos. Por tanto, se trata de una Información que contiene todos los elementos necesarios, tiene una información, un mensaje, un canal, unos receptores.

Por otra parte se trata de una información específica. Para poder otorgar a esta información específica la categoría de una Información Especializada, nosotros, los profesores de esta área de especialización, aplicamos unos parámetros, una metodología que -como no se trata ahora de una clase-, en plan resumido, podríamos decir que, para que una información pueda considerarse como una Información Especializada, tiene que tener los siguientes parámetros: tiene que ser un mensaje especializado, tiene que tener un lenguaje especializado, tiene que estar realizada por un emisor especializado y tiene que ir dirigida a unos receptores especializados. Yo considero que, en la información cofrade, se cumplen con bastante amplitud estos parámetros, estas condiciones para que podamos hablar de una información periodística especializada.

Hablando con profesores compañeros de la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla, me han estado explicando algunos de los términos especializados que se utilizan en la Semana Santa sevillana, que yo debo reconocer que desconocía. Por ejemplo, la *chicotá*, la *revirá*, la canastilla, el guardabrisa, el *cangrejo*, la *mecida* o el respiradero. Es decir, que hay una serie de léxico especializado que se utiliza exclusi-

vamente para estos contenidos informativos. Luego, hay, efectivamente, un mensaje especializado, dado que lo que se transmite son especialidades muy concretas, muy definidas como son todas las actividades que giran en torno a la Semana Santa, a la vida de las hermandades. También existe, o debe existir, emisores especializados que se encargan de transmitir esas informaciones.

Mirando el programa de este Encuentro, vemos a periodistas tanto de Prensa como de Radio o Televisión que son periodistas especializados en esta temáticas. Dirigiéndome a los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla, yo diría que aquí tienen una vertiente profesional y una posible salida profesional que no deben descuidar en la que pueden especializarse y tener ahí su actividad de dedicación periodística. Aquí incluso me permitiría la sugerencia de crear algún Curso de Expertos en Información Cofrade para la formación de periodistas especializados.

Existen también Medios Especializados. Otros años, en otras ediciones anteriores de este encuentro han tenido ustedes la posibilidad de estudiar los Boletines de las Hermandades. Se trata de unos Medios Especializados. Considero que en este caso nos encontramos con una Comunicación Interna, dentro de las comunicaciones institucionales o empresariales está la comunicación interna.

Los Boletines de Hermandades cumplen perfectamente los cometidos de una Comunicación Interna, ya que van dirigidas a unos receptores muy concretos, están elaborados por especialistas en esa materia y, en esos Boletines de Hermandades se tratan temas específicos que interesa a un receptor muy especializado. Porque estas informaciones, tanto en los Boletines de las Hermandades dirigidos a socios, como en la información que se hace en la Prensa en general, los receptores últimos son personas que están interesadas y que son conocedoras de esta materia.

Por tanto, dicho de una manera sencilla, yo diría que la Información Cofrade cumple perfectamente todos los requisitos para poder catalogarse como una Información Periodística Especializada, porque tanto en sus fuentes, en sus emisores, en su lenguaje, en sus mensajes, en sus canales, como en sus receptores, nos encontramos con elementos especializados.

Dicho esto, yo añadiría que al estudiar la Información Cofrade nos encontramos con un problema. ¿Dónde situar a la Información Cofrade dentro de las distintas áreas de Especialización Periodística? La Información Cofrade se puede considerar como una información religiosa, podría entrar de la sección de Información Religiosa. Pero nos encontramos que no toda la Información Cofrade hace referencia a temas religiosos; por lo tanto desborda la sección de Información Religiosa. Podría incluirse también dentro de la Información Local, pero la información cofrade trasciende también, considero, a la propia Información Local, que normalmente se ciñe más a temas políticos. Sin embargo, podría ser una subsección dentro de la Información Local.

La Información Especializada no es solamente la información por contenidos, por Medios, sino que hay también una Información Especializada por modos, o por modalidades de especialización. Entonces, una de las modalidades de la Información Especializada es lo que se denomina el Periodismo de Servicios. Éste se puede entender como aquella información dirigida a los intereses y preocupaciones de los usuarios, de los receptores.

Esta Información, yo creo que cabe perfectamente en la Información Cofrade, yo considero que la Información Cofrade es una información, sobre todo de utilidad, de servicio. Sobre todo cuando nos encontramos cerca o ya en la Semana Santa, la Información Cofrade es, fundamentalmente, una información de guía, de servicio, de utilidad para los cofrades, los sevillanos y sobre todo para los visitantes que vienen tanto del resto de España como del extranjero a contemplar este fenómeno único como es el de la Semana Santa sevillana.

Por lo tanto, los Medios de Comunicación creo que son conscientes de ello y, según mi investigación realizada, los Medios de Comunicación, sobre todo la Prensa, dedican, cuando se acerca la Semana Santa, números especiales, incluso guías y suplementos especiales para prestar este servicio. Esta utilidad a los visitantes y a los sevillanos para un seguimiento mejor de la Semana Santa. Por lo tanto, podríamos considerar que los Boletines de Hermandades y la información que se hace en la Prensa generalista, en la Radio y en la Televisión sobre la Información Cofrade reúne las características propias del Periodismo de Servicios. Éstas son la utilidad a la que he hecho antes referencia y el aprovechamiento que se hace de los Medios de Comunicación para orientar e informar a los ciudadanos respecto a un contenido concreto.

Concha Edo: Me voy a centrar en una cuestión que puede abrir un nuevo horizonte si alguno se quiere dedicar a este tipo de información. Al estudiar todos los documentos que me han llegado he visto que la Información Cofrade está poco aprovechada.

Desde hace unos años estoy estudiando temas de Comunicación y un poco más a fondo el fenómeno de Internet. Yo creo que muchos de vosotros trabajaréis en Medios que estén en Internet y también en Revistas. El mundo de periodista recién licenciado es un mundo disperso y amplio, unos acaban en Televisión, otros en Gabinetes de Prensa, en sitios muy variados.

Yo quería recordaros una cuestión que os interesa y que, además, tiene mucho que ver con este tema. La Revista e Internet son los verdaderos soportes para el Periodismo Especializado, y este caso para el Periodismo Cofrade. Según me han comentado, yo no lo sabía, los periódicos suelen sacar Información Cofrade frecuentemente. Pero yo os decía antes que esta información está poco aprovechada por una razón. En este momento, existen unas 7.000 revistas en España. Éstas son de Informática, de Fútbol, de Golf, de Ecología, de Decoración, etc.

Todas estas revistas, a veces, se publican con un material informativo no tan rico como puede hacerlo el material cofrade, sobre todo desde el punto de vista iconográfico. He visto algunos boletines cofrades y he hecho un estudio sobre las páginas web de las cofradías. He hecho una búsqueda rápida, he utilizado un buscador sencillo, no ha sido muy minucioso, y he encontrado 67 páginas web (que debe ser sólo una parte de las que hay). Eso quiere decir que el Periodismo Cofrade, tanto en revista como en Internet, está desaprovechado. Las revistas de los cofrades dejan un poco que desear en cuanto a presentación y entretenimiento y entre las páginas web que he visto algunas decían ¡Viva la Semana Santa de 1996! Otra expresaba: *Todo sobre la Semana Santa de 1998*.

Un Medio, para ser un Medio periodístico, necesita actualidad y periodicidad. Si realmente las revistas estuvieran bien hechas, con buenas fotos, con una diagramación bonita, con actualidad, serían unas revistas atractivas que tendrían un mercado interesante en Sevilla y en toda Andalucía. Los Boletines que yo he visto no son muy atractivos. Si alguno de vosotros decide dedicarse al Periodismo Cofrade, tiene ahí toda una vía para hacer unas buenas revistas con fotos espectaculares.

Aproximadamente, unos 15 millones de personas leen revistas en España. En el Periodismo Cofrade hay un campo de unas 60.000 personas que podrían leer estos Medios. Me parece que quizás se podría aprovechar mejor lo que hay para hacer unas revistas más atractivas.

Eso con respecto a las revistas. No se si suelen aparecer suplementos sobre Semana Santa en los periódicos. Los suplementos son muy bonitos y periodísticos pero tienen una pega: el color. Los periódicos, hoy por hoy, son en blanco y negro con un poco de color que no suele ser muy bueno. Por tanto, éste es un tipo de Información Especializada que requiere y pide a gritos revistas en color, papel couché, televisión. En definitiva, una oferta audiovisual que tiene una contrapartida importante en la red, en Internet.

En Internet se puede hacer ahora de todo. Se pueden hacer unas revistas muy bonitas, con mucha imagen, incluso con movimiento. Es decir, que los tres medios que podríamos decir que son fundamentales para la información cofrade serían: las Revistas, Televisión e Internet. Yo os invito a que veáis revistas en Internet con animación y veréis cómo éste es un tipo de información si se sabe utilizar bien. Esta es la pega que yo le veo, que aunque los temas sean interesantes y la información sea estupenda, le falla un poco la presentación. Mi opinión con respecto a estas cuestiones es que la mejor utilización de las Revistas y la mayor utilización de Televisión e Internet harían de la Información Cofrade una especialización más lucida y con más éxito.

Con respecto a las páginas web añadiría unos datos. Al buscar páginas web, he visto páginas web de Sevilla y de otros sitios: Almería, Córdoba, Linares, Teruel, Palencia, Ceuta, Granada, Jaén, Úbeda, Zamora, Murcia. Es decir, que el tema de las

páginas web está empezando a ser utilizado, pero aún queda mucho. Sin embargo, el tema de las Revistas está muy utilizado, pero, en cuanto a Información Cofrade, se podría hacer algo más.

Carmen Herrero: Me gustaría hacer una observación. Resulta impactante llegar a un lugar en el que te encuentras un acontecimiento de este tipo, que se puede tipificar de muchas maneras. La Semana Santa es algo genérico al mundo católico, al mundo cristiano, pero no se vive igual en todos los sitios. Yo vengo de una zona de este país, Castilla y León, en la que la Semana Santa se vive de otra manera completamente distinta. La Semana Santa de Valladolid o de Zamora no tiene nada que ver con la Semana Santa de Sevilla. Quiero destacar que mis observaciones están hechas desde un punto de vista algo distante, pues se trata de un tipo de Periodismo que informa sobre un acontecimiento que no conozco tan a fondo como para hacer un juicio, y que, además, choca con la impresión que yo tengo de cómo se vive la Semana Santa en otros lugares.

Esto es lo que hace preguntarme sobre la naturaleza de este acontecimiento: si es social, religioso, cultural, local; no lo tengo claro. En un poco de todo, lo de local englobaría a todo lo demás. Tiene algo de cultura, bastante de fenómeno social (es un acontecimiento que ocurre) en la calle con la participación de un gentío, de una multitud en la que no sólo están las cofradías. Por eso yo no entiendo por qué a este tipo de periodismo se le quiere llamar cofrade, no lo termino de entender. Supongo que el término cofrade viene de cofradía, pero éstas son sólo una parte, importante, de un acontecimiento que trasciende las cofradías. Hay hermandades, está la gente, las calles, también existe un matiz político (de organización de la ciudad). Quiero decir que hay muchas implicaciones, no sólo las cofradías. Por lo tanto, el protagonismo de ese acontecimiento lo tiene una multitud entre la que están las cofradías y no sé si en primer lugar o al lado de otras (me permito tener esta duda por el desconocimiento que tengo y que expliqué al principio).

Otra duda es si éste sería un Periodismo Especializado. El profesor Esteve no tiene ninguna duda, pero yo tengo muchas. Si se trata de una Información Local (tomando local como sinónimo de regional en este caso), no sé si es un Periodismo Especializado. Es verdad que tiene un lenguaje, pero todos los ámbitos temáticos tienen un lenguaje específico, lo que ocurre es que en algunos ámbitos temáticos nos movemos de una manera más espontánea y habitual que en otros. Hay lenguajes con los que estamos más familiarizados porque son los nuestros, y por que en esos ámbitos nos movemos más habitualmente. En otros nos movemos menos: en el ámbito de la Economía, de los Toros o del Deporte, ni nos acercamos habitualmente a él. De este modo, nos parecen ámbitos especializados porque presentan características que requieren un aprendizaje, un conocimiento, un dominio (por tanto, aquí hay una especialización evidente).

El Periodismo de la Semana Santa no tiene una continuidad dentro del periódico, no tiene una sección. Existen suplementos, números especiales de vez en cuando, pero no una continuidad. Aquí se habla de un fenómeno que va a ocurrir en la ciudad, que va a aglutinar las expectativas de mucha gente y que, por tanto, el Medio debe dar respuesta a eso, sobre todo porque hay mucha gente interesada. Esta gente que participa interesada en saber y profundizar. Todo esto se lo debe dar el medio.

Ahora bien, no hay una continuidad a lo largo del año, todo gira alrededor de la Semana Santa durante los meses de marzo y abril, más antes que después como es lógico. Es un despertar expectativas o un satisfacer intereses, y en eso estoy de acuerdo con el profesor Esteve: claro que hay bastante de Periodismo de Servicio en este tipo de Periodismo que no sé cómo denominarlo.

¿Cómo se especializa un periodista en este tipo de información? ¿El mejor especialista es el que pertenece a una cofradía? ¿Por qué? Es ese conocimiento que es equivalente a la especialización que se adquiere en otros ámbitos, en el Deporte por ejemplo, yo lo digo muchas veces en clase. Hay periodistas especializados en fútbol que lo son porque de pequeños sus padres los llevaban al estadio y a partir de esa experiencia reiterada y de ese interés personal, una persona adquiere un conocimiento profundo en ese tema. ¿Es a ésta especialización a la que nos referimos?

Entonces, el mejor especialista es el que pertenece a una cofradía y sólo se puede adquirir introduciéndose en ese mundo, que, por cierto, me parece bastante cerrado. No quiero que entendáis ningún matiz peyorativo en esto, por eso empecé diciendo que parto de un desconocimiento dado que llevo poco tiempo aquí.

Para buscarle una lectura positiva, por otro lado veo que la relación dentro del mundo de las cofradías es un factor de relación social muy importante. En un ciudad en la que el individualismo es bastante acusado. Es muy importante formar parte de colectivos, compartir unos ideales que forman parte de la memoria histórica y de la idiosincrasia que a uno pertenece.

Ahora bien, insisto, las cofradías no son el único protagonista de ese acontecimiento que es mucho más amplio, que nos alcanza a todos, a los visitantes esporádicos también (a los que vienen expresamente a verlo). Por ser tan amplio, es inabarcable, por eso no me atrevo a definirlo. Quería ser franca y transmitir estas dudas, no para que vosotros también las tengáis, sino para que me las resolváis. Pues, en ese sentido, vosotros sois más conocedores que yo.

Otra de las dudas que tenía apuntada era la de si los Medios, y no me parece mal, abordan del mismo modo el tema de la Semana Santa, siendo cada uno de tendencias ideológicas diferentes. Me parece muy curioso que al tratar un tema, un acontecimiento como el de la Semana Santa, haya muy pocas diferencias entre *El Correo de Andalucía* y un periódico como *ABC*. Yo no percibo esas diferencias, no quiero decir

que no las tenga. Yo los he comparado y no he percibido tantas diferencias como sí se percibe en la Sección de Política, Social, Economía, e incluso la de Deportes.

Es una información reclamo, es decir, dado que es un tema que aglutina a tanta gente, un periódico que quiera llegar al público no puede eludir el tema y no puede elegir el enfoque. De lo contrario, se le van a echar encima colectivos que tienen mucho poder. En otros ámbitos los Medios de Comunicación sí tienen bastante poder. En este campo no lo veo así, aquí las cofradías, las hermandades, el Arzobispado, la Iglesia, los colectivos sociales tienen más poder que los propios políticos o que los propios medios. No sé si está bien o mal, no lo valoro, simplemente lo apunto.

Siento mucho que mi intervención no os aclare casi nada. Lo sé, está llena de dudas. He querido ser franca y lo máximo a lo que me puedo comprometer es a analizar y sacar conclusiones a partir del análisis de esos textos. Espero que dentro de un tiempo, cuando esa investigación esté finalizada, pueda dar respuesta y aclarar esas dudas que hoy os he querido hacer.

A. Ramos: Son tres visiones no diferentes, pero sí complementarias. Antes de empezar el coloquio me gustaría decir algo. Creo que se dice cofrade por el seguimiento de las cofradías, y no estrictamente al hecho de la Semana Santa. Con respecto al mundo cerrado del que hablabais, tengo una curiosidad. Me parece todos periodistas son hombres. Hay muy pocas mujeres especializadas en lo que se está llamando Periodismo Cofrade. Quizás sea porque las cofradías están integradas básicamente por hombres.

C. Edo: ¿Ninguna mujer puede estar en alguna Cofradía?

A. Ramos: Si, y puede escribir.

C. Herrero: Cómo va a escribir de algo que se le niega.

A. Ramos: Yo creo que es localmente especializado cuando va dirigido a un público muy fiel y el periodista es observador de las tradiciones y no se sale del lenguaje. Si esto no ocurre, estaríamos hablando de una crónica abierta y libre, que es lo que se escribe cuando viene un enviado especial, no aquí en Sevilla pero sí en otro sitio. Es un campo abierto en la profesión y, sobre todo, un campo para experimentar en la profesión. Yo recuerdo que cuando empecé a hacer Periodismo en Málaga, en el *Sol*, me hice la historia de todas las cofradías, me sirvió para agilizar la pluma. En este sentido, yo creo que es especializado concretamente en un sitio determinado. El debate está abierto.

Desde el público: Para Carmen Herrero: ¿a quién cree que debería ir dirigida la Información Cofrade, a los amantes de las cofradías o a toda la información en general?

C. Herrero: La pregunta es pertinente relativamente, y lo es por el tema. No tendría ninguna duda si no fuera por el tema, pues la Información va dirigida a todo el

mundo, no debe discriminar a nadie, es un derecho básico en un estado democrático: todos tenemos derecho a recibir información de los asuntos de interés general.

Si eres aficionado al tema del que hablas mejor, pero no es un requisito del Periodismo. Aquí estamos formando a periodistas para que podáis trabajar en cualquier Medio, cualquier Sección, en cualquier género. Si luego os queréis especializar en algo, pues luchad por ello. Hay gente que elige su especialidad, no por una preferencia personal, sino porque buscan un mercado, por una razón práctica, que cada vez se está imponiendo más en esta profesión.

C. Edo: Yo quería disentir un poco de esto. Me parece que el Periodismo Especializado, en absoluto, se dirige a todo el mundo; es todo lo contrario. Hay un Periodismo Cofrade como hay un Periodismo Económico o Informático; pero, para nada, el Periodismo Cofrade se quiere dirigir a todo el mundo. Yo eso no lo comparto. Una cosa es hacer un periódico que se dirija al 99'9 % de la población y otra es hacer información que se dirija a un público concreto.

C. Herrero: Pero esa Información Especializada va en un Medio de Información General. Siempre.

F. Esteve: Esto lo he analizado yo bastante. Habría que distinguir entre dos tipos de Especialización: una es Información Especializada y otra Información Periodística Especializada.

Información Especializada es la realizada por especialistas para especialistas. Por ejemplo, el Boletín de la Academia de Bioquímica de Boston. Es una revista especializada, realizada por expertos que no tienen por qué ser periodistas y que va dirigida a biólogos, de especialistas hacia especialistas. Aquí el periodista no tiene ninguna tarea, a no ser para diagramar.

En la Información Periodística Especializada ya entra el periodista. Se trata de un tema especializado que va dirigido a no especializados. Es la Bioquímica para un mecánico o un panadero. El periodista no tiene que ser un bioquímico, sino un periodista, salido de la Facultad de Periodismo, como dicen los americanos. Tiene que saber la bioquímica básica para saber lo que significa eso, sin que se lo explique el bioquímico. La función del periodista es la de traductor, traducir ese mensaje a receptores que no son expertos en ese tema.

Por tanto, la Información Cofrade es Información Especializada en los Boletines de las Hermandades. Según los datos que yo tengo, las tiradas de éstos superan a las de muchos diarios de Sevilla. Es una información interna.

Información Periodística Especializada sería la que aparece en el *ABC* de Sevilla o *El Correo de Andalucía*, por ejemplo. Aquí tiene que intervenir el periodista para explicar toda la terminología y el funcionamiento.

Al contrario de lo que piensa la profesora Carmen Herrero, el Periodismo Cofrade es periódico. Según tengo entendido, prácticamente todos los días sale Información Cofrade. Pues ésta, como bien ha explicado el moderador, no es sólo la información de Semana Santa, sino que es aquella sobre la actividad que hacen las cofradías durante todo el año. Hacen reuniones, obras de caridad, obras de teatro, loterías, compran pasos, compran imágenes, eligen al hermano mayor, consagran capillas nuevas, presentan anuarios; y todo esto durante los 365 días del año. Las cofradías generan suficiente actividad para que todos los días haya algunas columnas relacionadas con temas cofrades. Esto tiene su semana mayor en la Semana Santa, como ocurre con las Fallas de Valencia. Durante todo el año se preparan para esa semana, y esto genera una Información Periodística Especializada.

C. Edo: Yo quería responder a la profesora Herrero sobre lo que es el mercado de la Prensa y el trabajo periodístico en los Medios. Es cierto que aquí la Información Cofrade ocupa los periódicos de información general, pero os voy a dar unos datos. En España, todos los periódicos juntos no suman más de cuatro millones de ejemplares al día; todas las revistas juntas suman 15 millones de lectores. ¿Qué ocurre con el Boletín Cofrade? Que no lo compren porque les atrae sólo a las personas de ese entorno, es un boletín hecho interno, no es un puesto de trabajo, no es Periodismo.

Si esos Boletines se convirtieran en revistas podrían salir de este pequeño entorno. La pega de los Boletines y de las Páginas Web es que son un poco aburridos, atrasados, densos. De las Facultades salen periodistas que pueden mejorar un entorno de Información que ahora está centrado en los periódicos.

A. Ramos: Cuando los periódicos hacen promociones, que las hacen casi todos, hacen fascículos, se juega más con la imagen en color, con la crónica más libre o más religiosa. En estos casos sí que interviene el periodista especializado, el que sabe divulgar esta Información. Se está elaborando, para suplemento de *El Correo de Andalucía*, una Enciclopedia de la Semana Santa por cinco redactores y cuatro de ellos son periodistas. Esto es una faceta más de las revistas especializadas.

Desde el público: La propuesta que se ha hecho aquí de una revista especializada, con una buena diagramación, a mí me parece muy utópica. Si yo fuera un empresario yo no me metería en este tipo de negocios. Si escasea el dinero para hacer otras cosas, yo no pondría en marcha este tipo de revista, sería muy arriesgado, estaría limitado a la comunidad autónoma andaluza.

C. Edo: Si un empresario hiciera una revista con un ámbito mínimo de unas 60.000 personas y con publicidad, se mantendría perfectamente. Quizás sea una utopía a corto plazo, pero a la larga puede ser beneficioso. La prueba está en los fascículos de los que hablamos, pues son seguidos por mucha gente en Sevilla.

Desde el público: Hay que tener en cuenta que esos fascículos se regalan en la época de la Semana Santa.

A. Ramos: Me gustaría saber cómo viven ustedes, como sevillanos, la Semana Santa: ¿Se integran en la Semana Santa o son sólo unas vacaciones? ¿Hay alguien que sea cofrade? Porque a algunos desde pequeños sus padres los hacen cofrades y me gustaría que alguien, desde dentro, nos hablase sobre el tratamiento que se hace de la Información Cofrade. No sé si está hecha esa encuesta a las cofradías, pero ahí hay un posible tema para Tesis Doctorales, un campo de investigación porque si ha generado cinco años de tratamiento en un ambiente universitario, pienso que es un tema que merece un seguimiento y un tratamiento. Por tanto, cabe la posibilidad de hacer una encuesta a las cofradías para ver si el tipo de tratamiento que hacen los Medios les satisface y cómo se podría mejorar. Por eso, desde dentro, cómo consideran que se hace esa Información.

C. Edo: Quería decir yo otra cosa a este respecto, porque antes hablábamos de un asunto importante, como son las Páginas Web en Internet, que son gratis. Si, efectivamente, estuvieran bien hechas y tuvieran publicidad, ya que se mantiene con publicidad Internet. Una Página Web que estuviera hecha por periodistas a los que se les paga por ello. Actualmente ya existe eso, por ejemplo, en *La Estrella Digital*, cuyos ingresos son por publicidad. Así, se tendría mucha facilidad de entrar a esa página. Si, además, la hicieran periodistas especializados, también es otro Medio de hacer un Periodismo de este tipo.

Desde el público: A la Información Cofrade de los Boletines de Hermandades les falta el adjetivo periodístico, ya que la que se hace en los suplementos de los periódicos está muy llena de tópicos. Hay programas como *El Llamador* de *Canal Sur* de hacer un enfoque distinto, pero no se suele hacer. ¿Es por miedo?

C. Edo: Las Páginas Web son para gente que se interesa en estos temas, pero la gente de la calle no lo va a buscar en estas páginas.

C. Herrero: El acceso a Internet en España está ya en más de tres millones de personas, y al aparecer el Gobierno va a financiar con 30.000 pesetas a aquellos que se conecten a Internet. Antes de tres años estamos casi todos conectados. Estamos ya en Internet, no está tan lejos. Y hay un tipo de información distinta para cada tipo de usuario. Acuérdate de este día: estamos a 16 de diciembre de 1999. Dentro de dos años todo será totalmente distinto.

Desde el público: ¿Cómo se adaptará un medio totalmente nuevo para Semana Santa?

C. Herrero: No hay que ser tan tradicionalista, porque ya hay muchas Páginas Web que se dedican a la Semana Santa.

F. Esteve: Yo añadiría que respecto al tratamiento que se hace de la Información Cofrade en la Prensa generalista lo que sí criticaría es que es una información excesivamente deficiente, que se limita a transmitir información procedente de las propias

cofradías, es repetitiva. Por tanto, falta un tratamiento más periodístico por parte del redactor para darle cuerpo y completar esa información. No limitarse a transcribir lo que la fuente le ha dicho.

A. Ramos: En ese sentido es más Periodismo de Servicios. Lo que tenemos que hacer es abrir más la información, para que no sea sólo que interese al lector que quiere saber hasta el color de las enaguas de la Virgen. Hay que cuidar más el lenguaje e ir más allá. A lo mejor es que el periodista que se especializa no tiene el distanciamiento que debe tener el periodista.

F. Esteve: Estoy seguro que de aquí van a salir muchos estudios sobre este campo. Yo haría una llamada, porque la Semana Santa, como otras tradiciones, son manifestaciones populares y sociales que hay que cuidar y mejorar, pero nunca abandonarlas.

C. Edo: Quiero hacer una apreciación: los periodistas no se atreven a hacer Información Cofrade más atractiva.

A. Ramos: Porque el periodista que quiere hacer eso lo hace mal. En otros periódicos se le encarga a alguien que haga siete crónicas, pero no tiene que someterse a una disciplina. Creo que el periodista que se especializa en esto es porque está muy pegado a esta realidad. Y él cultiva la realidad.

F. Esteve: Es lo mismo que el que hace Información Laboral, si es de CC. OO., sesga la información. Pero lo primero que hay que ser es periodistas, sin reflejar la postura personal de cada uno. Por eso, en la mesa que ha habido al principio, uno de los ponentes ponía como condición que para ser periodista cofrade hay que ser creyente. Pero lo que yo creo es que lo primero que hay que ser es periodista. Ya ser creyente o no es adicional.

C. Edo: Animaos a que no penséis que el mundo del Periodismo es sólo el de los columnistas. No creáis que no se puede hacer un Periodismo Cofrade con tirón, pero hay que perder un poco ese miedo, ya que puede dar mucho dinero, porque hay muchos interesados en él y es un bien cultural también.

F. Esteve: Hay un pueblo en España que es Lorca, y que en la Semana Santa tiene una cosa muy curiosa: dos cofradías, una la de los coloraos y otra la de los azules, que son auténticos enemigos y luchan. Viven la Semana Santa de manera bélica, en la que lo religioso queda muy marginado. A las procesiones se les llama desfiles, porque allí va Cleopatra, Nerón. Hay carrozas, caballos, y va toda la Historia, no sólo la Biblia. Y el objetivo es el lucimiento. Para no hablar de Sevilla: para ser un cofrade lorquiano lo menos importante es no ser creyente. Es un espectáculo pagano. Son manifestaciones con muchas connotaciones.

C. Herrero: Habrá periodistas que sí quieran hacerlo bien, y Antonio lo sabe.

A. Ramos: Lo que sí sé es que aquí hay muchos periodistas, jefes de sección, directores, que les gusta la Semana Santa y escribir sobre ella. Son devotos de la misma manera que al periodista deportivo le gusta el Deporte. Hay periodistas que quieren ser especialistas de la Semana Santa y se involucran en ella.

Epílogo

Un quinquenio de Información Cofrade

Hace cinco años, nos embarcábamos en una aventura que entonces dudábamos si alcanzaría buen puerto. Concluido este período de tiempo, aquel proyecto de investigación, que concluimos con la edición de este libro, más que una quimera ha sido un hecho tangible que con rigor científico ha sabido acercarse y acercarnos el fenómeno de la Información Cofrade. Desde dentro y desde afuera, hermanos mayores, profesores y periodistas han sabido escudriñar con ahínco y entusiasmo los aspectos informativos de la Semana Santa sevillana: desde los Boletines de Hermandades a los Programas de Mano, Carteles de Cultos o Páginas en Internet.

Los cinco volúmenes editados por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información recogen pormenorizadamente todos los aspectos que durante el período de tiempo reseñado han sido motivo de debate y tema de análisis en torno a la Información Cofrade. Puede concluirse a la luz de los análisis formulados en estos cinco Encuentros que la Semana Santa de Sevilla y todos los aspectos que la envuelven y le dan identidad propia han sido los pilares que han propiciado la aparición de un Periodismo Especializado que ha dado y da a conocer cada año los aspectos informativos de este mundo tan rico y singular. Hablamos, por tanto, de Periodismo Especializado cuando nos referimos a la Información Cofrade tanto por la singularidad de la materia informativa, como por su impacto social, prolongación en el tiempo