

Llegar a los hermanos *

María Teresa Garrido Conde **

Conforme he ido analizando los Boletines de distintas hermandades, con versando con sus responsables, conociendo las dificultades que atraviesan, los escasos presupuestos con que cuentan, la poca colaboración, en general, de los hermanos, y una serie de factores más, que se han ido poniendo de manifiesto, me di cuenta del desconocimiento tan enorme que existe sobre estas publicaciones.

Por una parte, conservan maneras y tradiciones en trance de desaparecer, pero a la vez, pretenden, como cualquier otro Medio de Comunicación, transmitir lo mejor posible su mensaje a los receptores. Y ahí es donde puede haber discrepancia entre los elaboradores de los mensajes y los que, sin ser, de hecho, receptores, nos consideramos con algún derecho a opinar: opinar como estudiosos de los temas comunicativos, como amantes de las cofradías, como sevillanos, y como preocupados por la vigencia y la actualidad de las hermandades de Sevilla.

Y no somos receptores, porque los Boletines de las Cofradías no pretenden abrirse a la sociedad, no es que pretendan ocultarse, pero no es precisamente su misión buscar receptores, igual que el Boletín interno de una congregación religiosa, o de cualquier institución, no se conoce siquiera fuera de ellas y a nadie le extraña.

* Intervención tenida en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

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

Creo que la diferencia es que las hermandades de Sevilla son de todos los sevillanos, independiente de que se sea hermano de una determinada cofradía. A nadie le extraña ver al hermano mayor de una cofradía, confundido entre el público presenciando el traslado de otra, ni en el besamano de una hermandad distinta a la suya, ni en la coronación de alguna advocación. Hay una devoción, cariño, admiración, gusto, o como se le quiera llamar, por todo lo que se refiera a la Semana Santa que está por encima del mismo amor que uno pueda tener a su hermandad, y a los verdaderos cofrades, les interesa todo lo que ocurre en torno a ella.

Realmente, los Boletines varían muy poco de unos a otros.

Aunque todas las hermandades atraviesan sus dificultades económicas, todas quieren lo mejor para sus titulares, lo mejor para sus cultos, lo mejor para sus obras sociales. Y aunque lo cierto es que, desde la calle, unas hermandades son «ricas» y otras «pobres», sin embargo, en los Boletines, eso no se nota mucho, pues cuando hay que celebrar una efemérides, todos aumentan el número, la calidad y el color de las páginas, las fotografías e ilustraciones, las colaboraciones... se transforman al igual que las portadas y contraportadas, y en general, no parece haber problemas para hacer un número «extraordinario».

Cuando de un número normal se trata, todas también tienden a simplificar y, excepto algunas excepciones, las publicaciones son muy parecidas, en contenido y en forma. Y todas pretende lo mismo: llegar a sus hermanos.

Lo que nos interesa como profesores universitarios e investigadores que estudiamos y analizamos los mensajes que desde periódicos y revistas, programas de radio o televisión, llegan a la sociedad, es si ese poderosísimo medio que son los Boletines de Hermandades, que entre todos, llegan prácticamente a toda la sociedad sevillana, cumplen sus objetivos y realmente vinculan a los hermanos e influyen en ellos y en sus comportamientos; si los Boletines se leen con interés, si se sienten implicados con los proyectos, si consiguen, como pretenden, unir más y más a los hermanos en las tareas de la hermandad y en la honra a sus titulares. Bien es verdad, que aunque se trate de una institución de tanta tradición como es la Universidad, de unos profesores sensibles al tema de las hermandades y cofradías de Sevilla, y de una materia como es la Comunicación, no creo que estemos en modo alguno autorizados para «pontificar» sobre cómo se deben comunicar instituciones religiosas y de apostolado con sus hermanos, o cómo deben explicarse los cultos o los proyectos de la hermandad; sí, en cambio, nos puede caber analizar este canal especial de Comunicación y ver si podemos aportar algo para un mejor aprovechamiento de tan gran esfuerzo.

La Información Cofrade no deja de ser una Información especializada que como tal tiene sus técnicas. En Teoría de la Comunicación entendemos que esas técnicas permiten que lleguen al gran público temas que son privativas de unos

pocos. Teníamos la idea de que con los Boletines de las Hermandades se estaba desperdiciando una gran oportunidad de llegar a todos los rincones de la ciudad con un mensaje coordinado, coherente del sentido de las hermandades de Sevilla en las orillas del siglo XXI. Lo que hemos encontrado en el contenido de los Boletines, son mensajes absolutamente localistas de cada hermandad, una manera interna de comunicar a los hermanos dispersos por los barrios de Sevilla y de unirlos a la cofradía y que esa no sea solo «flor de un día». Creíamos que ese era el defecto: que se estaba desperdiciando una energía, unos recursos, unos esfuerzos individuales, en la consecución de unos intereses también muy individuales.

Después de debatir y de escuchar a personas, entendí que lo que yo creía un defecto, era esencialmente la virtud y la razón de ser de los Boletines. No pretenden más, están para eso. No consideran que su misión sea transmitir mensajes ampulosos o teológicos, no pretenden llegar al gran público, no pretenden atraer más hermanos, pretenden unir a los que hay, ser la casa de todos durante todo el año, servir de llamada para acercar a los hermanos durante todo el año, contarles como van las obras apostólicas, lo que se hace con el dinero conque se cuenta, las dificultades de la estación de penitencia, las anécdotas de la estación de penitencia, las notas necrológicas en recuerdo de los hermanos fallecidos, los proyectos, la Bolsa de Caridad, las novenas y sus intenciones, las elecciones (cuando las hay) de las juntas de gobiernos y las propuestas de los candidatos, las despedidas de los que las dejan, las cartas del hermano mayor, o las actas de los cabildos... Todos ellos son muy parecidos, y cuando alguno introduce una novedad: comenzar, en capítulos, la historia de la hermandad, imprimir aparte el calendario de cultos con imagen a color de alguno de los titulares o «cartas abiertas» de algún hermano llamando a la reflexión en algún sentido, la idea se recoge en los Boletines de otras hermandades con lo que la originalidad dura muy poco tiempo.

Con todo esto a favor, creemos que los Boletines son mejorables: se pueden cumplir mejor los objetivos aplicando técnicas sencillas de tratamientos de los mensajes. Títulos, subtítulos, sumarios, entradillas, distintos tipos de letras, composición más ágil, textos más atractivo, más ligeros y comprensibles; adaptar a los Boletines las técnicas de información periodística, pues en definitiva, se tratan de Medios de Comunicación escrita.

Creo que reconocidos los Boletines como poderosos Medios de Comunicación Social, hemos de procurar que sean lo mejor posibles y desde aquí me ofrezco a colaborar en las medidas de mis posibilidades a este fin. Hagamos una reflexión también sobre el papel que podría cumplir el Boletín del Consejo de Cofradías. Quizá esta publicación, por encima de cualquier tipo de rivalidad y sin las presiones a que otras hermandades están sometidas por sus compromisos o por sus problemas económicos, debía ser la que comenzara innovando, la que se abriera a la sociedad, la que dejara el triunfalismo y el talante pregonero que no pocas veces aparece, y

aglutinara , verdaderamente a las cofradías con la sociedad de Sevilla. Sé que es una tarea difícil, pero el reto está ahí y es necesario dejar protagonismos para hacer que se conozcan mejor todas, todas, las hermandades y cofradías de Sevilla.