

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE ANÁLISIS
Y TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN.

DEPARTAMENTO DE

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD,
PERIODISMO Y LITERATURA.
UNIVERSIDAD DE SEVILLA.



5
**Pliegos
de Información**

BOLETINES DE HERMANDADES

J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ (ed.)

J. ÁLVAREZ - C. CALVO - A. L. CAÑADAS

F. CARRILLO - F. L. CÓRDOBA - J. CRIADO

J. E. DURÁN - J. FERNÁNDEZ - J. A. GALBIS

M. T. GARRIDO - J. GÓMEZ PALAS - R. GUERRERO

J. GUTIÉRREZ RUMBAU - P. GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO

A. LAMA - J. J. LEÓN - J. M. LOBO

A. LÓPEZ HIDALGO - F. LÓPEZ DE PAZ - J. L. MANFREDI

J. MARTÍNEZ DE VELASCO - F. MESA - P. MORENO

J. M. O'KEAN - J. RECIO - R. REIG - J. DEL RÍO - J. RUBIO

J. L. RUIZ - S. SÁNCHEZ TRAVER

J. D. SANMARTÍN - A. SILVA - F. SOTO - J. M. VEGA

R.4203

070
bol

J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ (edición)
J. ÁLVAREZ - C. CALVO - A. L. CAÑADAS
F. CARRILLO - F. L. CÓRDOBA - J. CRIADO
J. E. DURÁN - J. FERNÁNDEZ - J. A. GALBIS
M. T. GARRIDO - J. GÓMEZ PALAS - R. GUERRERO
J. GUTIÉRREZ RUMBAU - P. GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO
A. LAMA - J. J. LEÓN - J. M. LOBO
A. LÓPEZ HIDALGO - F. LÓPEZ DE PAZ - J. L. MANFREDI
J. MARTÍNEZ DE VELASCO - F. MESA - P. MORENO
J. M. O'KEAN - J. RECIO - R. REIG - J. DEL RÍO - J. RUBIO
J. L. RUIZ - S. SÁNCHEZ TRAVER
J. D. SANMARTÍN - A. SILVA - F. SOTO - J. M. VEGA

927258



UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
BIBLIOTECA

BOLETINES DE HERMANDADES

PLIEGOS DE INFORMACIÓN
Sevilla, 1997

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:

José Alvarez Marcos, *secretario*.

Mariano Belenguer Jane.

Francisco L. Córdoba Berjillos.

Teresa Garrido Conde.

Dr. José Manuel Gómez y Méndez, *director*.

Dr. Antonio López Hidalgo, *coordinador*.

Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral.

Dra. Pastora Moreno Espinosa.

Dr. Manuel Ponce Ruiz.

Dr. Ramón Reig, *coordinador*.

© 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.: 84-921181-3-X

Depósito Legal: SE-580-1997

Prólogo

Cuando corría 1995 y quisimos avanzar para consumir en el mes de diciembre de ese año, el «I Encuentro sobre Información Cofrade», lo hicimos con muchos avatares en el camino¹; sin embargo logramos nuestro proyecto con el apoyo constante de Caja San Fernando de Sevilla y Jerez, así como de la Asociación de la Prensa de Sevilla, editándose, a inicios de 1996, el libro *Periodismo y Cofradías*², que en pocos días agotó una edición de mil ejemplares ya que fue repartida gratuitamente al estar patrocinada por Caja San Fernando³. A lo largo de la primavera y el verano de 1996, nos pusimos a programar el «II Encuentro sobre

1 En el «Prólogo» del libro *Periodismo y Cofradías*, editado por el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla, con el patrocinio de la Caja San Fernando, en Sevilla, en 1996, con un total de 114 páginas, ya dejamos constancia de las dificultades que encontramos para la materialización de la actividad.

2 Referencia bibliográfica ya indicada en la nota anterior.

3 Siempre creí que cuando un libro es patrocinado por una entidad o institución, la edición debe ser obsequiada en su totalidad, sin acudir a la venta mayoritaria, pues ya están cubiertos los gastos y no se necesita recuperar los costos toda vez que fueron desembolsados por el patrocinador dentro de su inversión en fines socioculturales. Siempre me ha resultado sorprendente en una sociedad democrática que libros financiados por instituciones o empresas públicas o privadas como acciones de promoción cultural acaben vendiéndose pues de esa manera poco tienen como producto patrocinado ya que entran en el circuito comercial al cien por cien como cualquier otra actividad en la economía libre de mercado. El profesor Manuel Parés i Maicas, actualmente presidente electo, y efectivo entre

Información Cofrade», encontrándonos nuevamente obstáculos en el sendero, sin embargo ya no eran las objeciones del año anterior; aunque esperábamos hallar pedruscos, éstos nos parecieron chinitos pues el entusiasmo, en el objetivo y en la certeza científica que estábamos prestando un servicio auténtico a la sociedad sevillana –y por extensión a la andaluza al ser el tema informativo semanasertero una clave que irradia desde la ciudad hispalense–, desde el plano investigador del Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información⁴, era inmenso. Desde la Ley Orgánica de Reforma Universitaria⁵ y desde los Estatutos de la Universidad de Sevilla⁶ se marcan, de manera generalista y particular –respectivamente–, la necesidad de prestar un servicio desde el ámbito universitario al entorno de la sociedad donde la Universidad está enclavada. Más dentro del Periodismo, en proyectos conjuntos donde pueden abarcarse acciones sobre el espacio inmediato para profundizar desde distintos planos, pues otras acciones serían en proyectos individualizados. No olvidemos las tendencias actuales de la Información Local, donde cada vez son menos las preferencias hacia una Prensa generalista y sí hacia unos Medios locales o especializados⁷; por tanto es planteamiento de trabajo poder investigar en torno a nuestra realidad cercana, más cuando en temas periodísticos,

1998-2002, de la IAMCR-AIERI-AIISCS (la más prestigiosa Asociación Internacional de Investigación sobre Comunicación Social) tiene una reciente obra sobre esos temas, denominada *La nueva filantropía y la Comunicación Social: mecenazgo, fundación y patrocinio*, editada en Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, 1994.

- 4 Está formado, desde finales 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) e integrado actualmente por los siguientes profesores adscritos al Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Literatura de la misma (por orden alfabético de apellidos y primero los doctores): José Manuel Gómez y Méndez, Antonio López Hidalgo, Juan Luis Manfredi Mayoral, Pastora Moreno Espinosa, Manuel Ponce Ruiz, Ramón Reig, José Álvarez Marcos, Mariano Belenguer Jane, Francisco Luis Córdoba Berjillos y María Teresa Garrido Conde. Se halla incluido dentro del Plan Andaluz de Investigación, habiéndolo estado en el primero y encontrándose actualmente en el segundo. Pertenece, como único representante por parte española, 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).
- 5 Puede verse en *Legislación Universitaria. Normativa general y autonómica*. (Edición de Antonio Embid Irujo). Tecnos, Madrid, 1990 (3ª edición), págs. 54-76.
- 6 *Estatutos*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad, Sevilla, 1995 (3ª edición corregida).
- 7 Para conocer sobre Periodismo Especializado, véase FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTÉVE, Francisco: *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Síntesis, Madrid, 1994; sobre Medios locales: MACIÁ MERCADÉ: *La comunicación Regional y Local*. Ciencia 3, Madrid, 1993,

poco se ha profundizado en nuestra tierra andaluza, ya que los estudios universitarios de tal área de conocimiento no comenzaron en las Universidades de Sevilla hasta el curso 1989/90 y de Málaga hasta 1992/93, y por tanto no hubo una plantilla universitaria con obligación de docencia e investigación sobre temas periodísticos dentro de las Ciencias de la Información en Andalucía.

En frases anteriores queda reflejado el porqué estudiar la Información Cofrade. Es patente que existe un hecho informativo que genera un volumen de páginas y espacios en radio y televisión a lo largo de todo el año en la ciudad de Sevilla. El «II Encuentro sobre Información Cofrade» no es una actividad casual ni una realización por segundo año tras el éxito alcanzado en la primera edición. No. Fue un estar, un hacer casual, programado dentro del conocimiento y del método para el estudio en torno a una parcela como es la Información dentro del orbe cofrade. En su día⁸, el Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, que me honro en dirigir, se planteó la necesidad de efectuar una atención a una temática como es la indicada. No una sencilla actividad de extensión cultural dentro del ámbito de la Universidad de Sevilla, apoyada desde el Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Extensión Cultural, sino que obedece a más de unas sesiones y paneles donde hermanos mayores y personas relacionadas con estructuras de las hermandades sevillanas y periodistas dialoguen en torno a un tema concreto como es la Información Cofrade. Parte de un plan quinquenal para llegar a los cinco años a unas conclusiones, que se producirán a finales de 1999, a las puertas mismas del tercer milenio de nuestra era, una vez que hayamos andado la senda científica del saber y navegado por el mar de las ideas en una asunción de conocimientos. Año a año se irán reuniendo los datos necesarios y precisos para progresar en estudios y análisis en torno al Periodismo y concretamente al referido a las hermandades y cofradías. En vez de efectuar el estudio de campo de manera individualizada, lo realizamos en sesiones abiertas, con asistencia de estudiantes y profesionales, para

y los informes anuales de FUNDESCO (Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones) denominados *Comunicación Social/Tendencias*, iniciados en 1989 con la dirección del profesor Bernardo Díaz Nosty. Sobre la realidad en Andalucía, tenemos dos completos estudios sobre sus tendencias y vertebraciones; uno ya publicado de GUERRERO SERÓN, Carlos: *Los andaluces y los Medios de Comunicación. Hábitos y características de las audiencias*. Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía, Sevilla, 1995, y otro aún inédito, que ha sido la tesis doctoral de José Manuel Jurado Almonte con el nombre de *Medios de Comunicación Sociales y Territorio en Andalucía y España*, dirigida por el prestigioso profesor Gabriel Cano García, que fue presentada, en 1996, ante un tribunal del que formé parte como secretario del mismo, constituido en el Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional de la Universidad de Sevilla, obteniendo la máxima calificación de apto «cum laude».

8 Ya quedó reflejada la elección temática en el «Prólogo» de la edición que preparé, con textos de varios autores, con el nombre de *Periodismo y Cofradías*, ya referenciada en la nota primera.

que pueda conocerse cuánto material vamos almacenando sobre una dinámica informativa en torno a una parcela social que envuelve a toda Sevilla con espacios concretizados en los Medios de Comunicación Impresos y Audiovisuales. Bueno es que se hable y pormenorice abiertamente cuanto se hace y se elabora desde el estudio riguroso, desde el análisis certero y desde la reflexión científica. El material que vayamos reuniendo proporcionará una visión que hasta ahora no teníamos en profundidad sobre cuanto se desenvuelve en torno a la Información Cofrade, sobre la cual vimos su porqué y cómo mediante el papel impreso y las ondas radiofónicas y televisivas a través del «I Encuentro», materializándose cuanto se dijo y expresó con la edición del libro *Periodismo y Cofradías*⁹, cuyo contenido es toda una aportación para la bibliografía periodística y sevillana.

Para el «II Encuentro», se eligió un tema como es el Boletín de Hermandad, que tanta difusión tiene en la ciudad hispalense y fuera de ella como vocero de temas cofrades. Indagar en torno a unas ediciones que se producen periódicamente desde el seno de las hermandades¹⁰ como son los Boletines, micromedios en el día a día, que llegan a numerosos domicilios¹¹ y que contienen un ser y latir en torno a temas concretizados. Ya hemos escrito en otra ocasión que en enero de 1995 oímos decir al arzobispo de Sevilla, monseñor Amigo Vallejo¹², que a la Iglesia diocesana no le preocupaba actualmente los macromedios sino llegar a través de los micromedios a varios miles de sevillanos, que el mismo Carlos Amigo tasó en una media mensual de 350.000 personas que obtienen una ejemplar impreso, incluyendo en ello, los Boletines de las Hermandades y la hoja dominical *Iglesia en Sevilla*.

Si consideramos que sobre la cifra anterior, la tirada semanal de la indicada *Iglesia en Sevilla* puede estar, según datos que hemos podido lograr, cercana a los 20.000 ejemplares, sería una difusión de 80.000, quedando en 260.000 ejemplares la media mensual que recibe los Boletines, que supondría una cifra media diaria de 8.666, un 8,91% si comparamos los datos con la difusión diaria total de información general en Sevilla que es de 97.245 ejemplares, a los que sumándoles la difusión de la Prensa de especialización económica y deportiva, supondría una difusión diaria de

9 Ha quedado citado en la nota primera.

10 Existen, a la fecha, creadas con reconocimiento episcopal, 60 hermandades de penitencia, 54 de gloria y 47 sacramentales, aparte de numerosas congregaciones o asociaciones de fieles que aspiran a convertirse en hermandad con aprobación diocesana. Casi todas las de penitencia poseen Boletín y algunas de gloria. Están agrupadas en el Consejo General de Hermandades y Cofradías, que a su vez editada un Boletín.

11 Hay hermandades con pequeña inscripción que oscila en torno a los mil hermanos y otras que sobrepasan los diez mil.

12 Para más datos de dónde y en qué lugar, véase el «Prólogo» ya citado en la anterior nota 1.

120.650 ejemplares, siendo entonces de un 7,18% la proporción de los Boletines¹³. Ese sendero es el que nos mueve y no el de otra aspiración capillita: adquirir conocimiento y aportar singularidad a hechos que se realizan cotidianamente y que hasta ahora no se habían estudiado, desde el aspecto periodístico y universitario.

Cuanto va en páginas siguientes tiene un gran valor por ser un material que aglutina sobre un tema que hasta ahora no se había reunido tantos aspectos sobre el mismo. A todos los que lo han hecho posible, mi gratitud, por sus aportaciones. En las semanas preparatorias de esta edición, he descubierto que la Información Cofrade es tan inmensa que hasta produce enfrentamientos en los Medios sevillanos como el que existió en el mes de enero de 1997 entre columnistas de *El País* y *El Correo de Andalucía*¹⁴. Las treinta y cinco firmas que hablamos en este volumen sobre los Boletines algo estamos expresando y entregando a la sociedad: nuestro querer decir y dialogar en concordia (aunque muchos en cualquier plano de la vida, sea universitaria, cofradiera, periodística o de cualquier índole social, desean mantener tensiones a través de atizar el fuego con habladurías y el eterno «ve, corre y dí, que me enteré y me han dicho...»), nuestro trabajo investigador dentro del Periodismo en un vivir solidario y tolerante.

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

Universidad de Sevilla, marzo de 1997

13 Los datos de Prensa general y especializada fueron tomados de AA.VV.: *Comunicación Social 1996/ Tendencias*. Fundesco, Madrid, 1996, los cuales están referidos a 1995, por lo tanto no figuran los correspondientes a *Sevilla Información*, que comenzó a editarse a partir de octubre de 1996. La difusión diaria de *ABC* es de 53.027 ejemplares; *El Correo de Andalucía*, 20.404; *El País*, 10.355; *El Mundo*, 4.830; de *Diario 16*, no se ofrecen cifras exactas, pero sí quedan englobados en el total del resto de Prensa cifrado en 8.629 para obtener los 97.245 ejemplares diarios, a los que se les añaden los 1.539 de información económica y los 21.866 de periódicos deportivos y se logra la media diaria de 120.650, arrojando una media de 74,5 ejemplares por cada 1.000 habitantes.

14 Léanse las columnas tituladas «Semana No Santa» en la página 2 del cuadernillo de información andaluza, de *El País* del 13 de enero de 1997, firmada por el colaborador Carlos Colón, y «Una réplica», del redactor jefe Antonio Avendaño, en la página 22 de *El Correo de Andalucía* del 15 de enero de 1997.

II ENCUENTRO SOBRE I N F O R M A C I O N C O M U N I C A C I O N

ORGANIZA: EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DE ANÁLISIS Y TÉCNICA DE LA INFORMACIÓN, UNIVERSIDAD DE SEVILLA.
COLABORA: LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE SEVILLA,
EL DIRECTORADO 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. PATROCINA: EL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA. LEGAR, SEVILLA. 10, 11 Y 12 DE DICIEMBRE DE 1986. SALÓN DE ACTOS SALA DE PROYECCIONES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Reproducción del cartel difusor del
«II Encuentro sobre Información Cofrade».

Introducción

El acto de apertura del «II Encuentro sobre Información Cofrade» se desarrolló en la tarde del día inicial, el 10 de diciembre de 1996, 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 de Sevilla y Jerez. En la mesa presidencial se sentaron, desde el centro y de derecha a izquierda según las normativas protocolarias, Carmen Calvo Poyato, consejera de Cultura de la Junta de Andalucía; José María Vega Piqueres, vicerrector de Investigación de la Universidad de Sevilla; Adolfo Lama Coteló, teniente de alcaldesa-delegado de Personal y Fiestas Mayores de Sevilla; Juan del Río Martín, delegado episcopal de Pastoral Universitaria; Patricio Gutiérrez del Álamo, presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla, y José Manuel Gómez y Méndez, director del «II 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*¹ se publicaban como capítulos 1, 2 y 3 las intervenciones de Santiago Sánchez Traver, Antonio Serrano Gálvez y So-

¹ 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 cuanto se expresó en el «II Encuentro sobre Información Cofrade», al tener las transcripciones de las palabras de todos los intervinientes efectuadas amablemente por las estudiantes de Segundo y Tercer Ciclo de Ciencias de la Información Antonia Alvarez Borjas, María Luisa Cárdenas, Elisa Macías, Rita Fernández Leal y Esther Gómez Suárez, se apreció que cuanto se dijo en la apertura del mismo era más breve en extensión que lo manifestado el año anterior, haciéndonos cortos los textos para tener un capítulo individual cada participante; era lógico, pues fueron más las intervenciones que en el «I Encuentro», dentro del mismo tiempo de acto y lógicamente se redujeron las frases pronunciadas. Y se decidió, de cara a la impresión, unirlas todas en la presente «Introducción», salvo las del profesor Gómez y Méndez, cuyas ideas quedan reflejadas en el «Prólogo» de este volumen, y la del doctor Juan del Río Martín, recogidas en el capítulo 28 de este libro ya que en el acto inicial efectuó un resumen del texto que tenía escrito y que publicamos íntegramente en el espacio señalado. 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.

ANALIZAR LOS BOLETINES

Patricio Gutiérrez del Álamo, presidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla:

El papel de las hermandades en la vida sevillana tiene, como dice el periodista José María Gómez, cada vez mayor consideración en los Medios de Comunicación. Radios y periódicos dedican ya espacios a la comunicación cofradiera durante casi todo el año. Paralelamente, las hermandades hacen cada vez más esfuerzos para establecer políticas de comunicación que les permitan estar a la altura de las circunstancias que requiere el mercado de los Medios. A uno de estos esfuerzos, el Boletín Cofradiero, se dedica el «II Encuentro sobre Información Cofrade». En sólo unos años los Boletines de las Cofradías han dejado de ser una carta cuaresmal con una enumeración de cultos, una fotografía de la imagen titular y alguna información sobre las papeletas de sitio, para convertirse en un flujo permanente de información y comunicación entre la hermandad y sus hermanos, entre la cofradía y la ciudad, en definitiva.

Los Boletines de las Cofradías han experimentado en los últimos años un cambio notable que no sólo se ha reflejado en su mayor periodicidad, sino que ha hecho que sus contenidos sean cada vez más interesantes. Este interés de los boletines trasciende –en muchos casos– de la misma cofradía. Somos muchos los que nos acercamos a los Boletines Cofradieros con miras más amplias que las de leer la información interna de tal o cual hermandad. Sabemos que en estas publicaciones podemos encontrar datos históricos, textos literarios de calidad, referencias coloristas y, sobre todo, información sobre la vida de las hermandades.

En definitiva, el cambio merece un análisis. Y en ello estamos. La Asociación de la Prensa de Sevilla no duda en apoyar este tipo de actividades que enriquecen la formación de nuestros asociados y –sobre todo– de los futuros periodistas – aquellos que hoy se sientan en las aulas de esta Facultad y que el día de mañana, si el mercado de trabajo no se tuerce todavía más, se sentarán en las redacciones–. De aquí vamos a sacar conclusiones interesantes. Y si las hermandades están en ese esfuerzo por acercarse cada vez más la realidad de sus hermanas, no es menos cierto que con esta actividad los que estamos en la trabajadera de la información tratamos de acercarnos cada vez más a esa realidad cotidiana e intensa que representan en Sevilla las hermandades y cofradías.

EL DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN COFRADE

Adolfo Lama Cotelo, teniente de alcaldesa–delegado de Personal y Fiestas Mayores de Sevilla, excusó la asistencia de la alcaldesa, Soledad Becerril, en la inauguración del «II Encuentro», indicando *«que le hubiera gustado estar como lo hizo el año pasado, pero compromisos ineludibles como es la reunión en Zaragoza de los alcaldes de las grandes ciudades de España, lo han hecho imposible»*. Y manifestó:

Es un gran honor el estar en este acto como representante de la ciudad, una ciudad en la que he nacido y he vivido entrañablemente su Semana Santa. Cualquier sevillano se sentiría honrado al dirigirles la palabra a tantas y tantas personas tan eruditas en temas de Información Cofradiera.

Nuestras hermandades y cofradías conforman un mundo singular, que se proyecta hacia el exterior y en la propia vida de Sevilla, y no como manifestación cultural sino como manifestación de fe, fervor y religiosidad. Su incidencia en nuestra ciudad es enorme. La Información Cofrade ha tenido un gran desarrollo en los últimos años, paralelo a la propia expansión que las hermandades y cofradías han vivido en las dos últimas décadas y que, si bien ha propiciado fenómenos como el de la «masificación» en las calles durante los días de Semana Santa también han contribuido a aumentar espectacularmente aspectos tan importantes como el de la

labor social y asistencial que realizan las hermandades de Sevilla.

Desde aquellos programas de radio como Gruz de Guía, Sentir cofradiero o Saeta, con las voces de Agustín Navarro o Fileberto Mira, desde aquellas primeras retransmisiones televisivas, como las que magistralmente conducía José Luis Garrido Bustamante, desde los primeros coleccionables aparecidos en la Prensa escrita sevillana durante los días de Cuaresma, hasta la enorme cantidad de información sobre cofradías que actualmente inunda los Medios de Comunicación de nuestra ciudad, muchas han sido las personas dedicadas a difundir la vida interna y externa de las hermandades y cofradías de Sevilla.

Quiero destacar muy especialmente uno de los aspectos que considero importante dentro de la Información Cofrade, y es que permite hacer llegar a las personas mayores, enfermas, o que por cualquier circunstancia no pueden seguir personalmente los desfiles procesionales por las calles de Sevilla, aquellas imágenes o narraciones de los momentos de la Semana Santa que tanto les han emocionado durante su vida y a los que, de otra manera, no tendrían ya acceso.

Espero que los resultados de estos «Encuentros» sean de provecho para todos los que en ellos participan y que las conclusiones que se extraigan de los mismos contribuyan a mejorar esa Información Cofrade que tantos sevillanos siguen durante los meses previos a la Semana Santa.

ALGO QUE LLEGA

El doctor **José María Vega Piqueres**, vicerrector de Investigación de la Universidad de Sevilla, transmitió las congratulaciones del rector hispalense, Miguel Florencio Lora, ante el «Encuentro» y expresó:

Me gustaría decirles a los ponentes y a los asistentes que ojalá encuentren ustedes dentro de un Centro Universitario y de una actividad como este «Encuentro» el foro adecuado para debatir ideas tan interesantes como la Información en el mundo cofrade.

Como cofrade que soy y receptor del Boletín de mi cofradía, he palpado que el Boletín es algo que llega, es una información que alcanza a muchísimas personas, que trata temas enormemente variados, no sólo religiosos, sino culturales, asistenciales, actividades de grupos jóvenes y distintos pormenores... Y estoy seguro que la riqueza de la temática va a prestarse a un intercambio de ideas igualmente rico y yo espero y deseo que aquí se suministren datos para la reflexión.

Quisiera también agradecer al Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, el aceptar un año más el organizar un Encuentro de este tema

tan interesante, que no cabe duda que significa asumir unas responsabilidades y un protagonismo que para salir airoso es generalmente a costa de horas de mucho trabajo y de menos sueño. También quisiera agradecer a la instituciones que nos apoyan y sobre todo a la Caja San Fernando de Sevilla y Jerez y a la Asociación de la Prensa, el apoyo a esta actividad y la publicación posterior de las intervenciones.

Deseo sinceramente que este «II Encuentro» marque una referencia importante dentro de este mundo tan nuestro, de este mundo tan sevillano y andaluz a la vez, y que las conclusiones nos sirvan para sacar nuevas líneas de debate y de discusión para enriquecer todavía más, si cabe, el mundo de las Cofradías.

EL TRABAJO BIEN HECHO

La doctora **Carmen Calvo Poyato**, consejera de Cultura de la Junta de Andalucía y profesora titular de Derecho Constitucional en la Universidad de Córdoba, dijo:

La existencia de un «II Encuentro» de esta naturaleza significa que a partir de la Universidad y en el mundo cultural andaluz nos proponemos que sólo desde la profesionalización, desde la experiencia y desde la investigación y en cualquier campo profesional en el que nos movamos —en este caso, en el mundo de la Comunicación—, sólo desde estos elementos encontraremos la certeza del gran reto de una sociedad que quiere avanzar, Andalucía, y de sus aspiraciones a ser absolutamente dueña de su futuro. Ello solamente cabe desde el trabajo bien hecho.

El trabajo bien hecho en el escenario social-histórico del mundo que nos ha tocado vivir. Es el rigor, y el rigor significa, en relación a los Medios de Comunicación, la investigación, la documentación y la especialización. Por tanto, me parece un agradable acierto y un momento oportuno para mí poder estar en un acto académico que enfrenta aquello que Hegel delimitó como lo universalmente concreto. Porque me parece que una reflexión sobre los Medios de Comunicación, en el ámbito académico y científico en relación al hecho cultural y religioso, de ese universo que es la Semana Santa, las cofradías, las hermandades y todos sus referentes multidisciplinares, me parece que es eso que tantas veces decimos: acercar la Universidad a la función social que tiene que cumplir, no alejarla del mundo al que pertenece y poner sus saberes al servicio de los mismos.

Por eso me congratula, en este caso como universitaria, como consejera de Cultura, la una y las dos al mismo tiempo, haber tenido la oportunidad de estar presente en este acto de inauguración para apostar desde la Cultura también por el hecho de cohesión social, de estructuración de nuestra sociedad andaluza, en este caso la sevillana, de manera espléndida y poderosa a través de las cofradías, y del

hecho enormemente espectacular y cultural sobre la base profunda que significa todo ese universo de Semana Santa y cofradías.

Me parece que los asistentes y los ponentes, desde la responsabilidad de hacerlo, pero especialmente ustedes los asistentes como receptores de esta oportunidad, que no creo que abunde en ningún otro Centro Universitario como un hecho específico, tienen la delicia de aprovecharla, la oportunidad de aprender y después devolver estos conocimientos mediante un trabajo riguroso a una sociedad que cada vez con sus señas de identidad se adentra en un mundo complejo y culturalmente también más universal.

Considero inaugurado este «II Encuentro sobre Información Cofrade» y les invito a que aprendan y se diviertan. Sobre todo, a que aprovechen una oportunidad que entiendo desde el punto de vista académico, insólita y espléndida.

Los Boletines vistos desde ABC *

*José Joaquín León ***

En los años setenta y principio de los ochenta las cofradías adquirieron un gran auge en Sevilla. En esos años aumentó la Información sobre la Semana Santa y las hermandades en los Medios de Comunicación, especialmente en la Prensa, mientras en la Radio se incrementaban también los programas especializados que ya existían. Paralelamente a esa mayor difusión de las actividades cofradieras se notan algunos fenómenos que podemos enunciar:

- Mayor número de hermanos,
- Importante incremento de la participación de la juventud.

Es en esos años también cuando se aprecian otras características importantes en la vida de las cofradías, seguramente a consecuencia de esa mayor participación.

Entre estas novedades cabe citar:

- Se generalizan las casas de hermandad, que sirven como lugar de encuentro de los hermanos y escenario para las actividades internas y externas de las hermandades.

- Proliferación de los Boletines de Hermandad.

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Impresos» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Subdirector de ABC.

Creo, por tanto, que los Boletines, que son el objetivo concreto a analizar en este «II Encuentro sobre Información Cofrade» son una consecuencia directa de la mayor participación en las hermandades y de su incremento de hermanos en los años setenta y ochenta. Es un fenómeno que se ha consolidado y que se mantiene en la década de los noventa, incluso con tendencia a aumentar.

UTILIDAD PERIODÍSTICA

No voy a entrar a analizar en profundidad los contenidos en los Boletines de Hermandades, sino a enfocar su utilidad desde el punto de vista periodístico, que es lo que nos piden.

En general, la mayoría de los Boletines que recibimos en *ABC* tienen como objetivo que anunciemos los cultos internos que celebran las hermandades: quinaros, triduos, besamanos, besapiés, etcétera. Si no fuera con esta utilidad, creo que la mayoría de las cofradías ni siquiera nos lo enviarían.

Si analizamos las fechas de salida de estos Boletines y cuando lo reciben los hermanos de cada cofradía, veremos que suelen coincidir también con los principales cultos de cada hermandad. Por tanto, esta es la mentalidad que predomina, hasta el punto de que algunas cofradías —pocas, desde luego— todavía no tiene Boletines, sino convocatorias de cultos, con estampas de los titulares, que envían a los hermanos. También se editan otros Boletines muy escuetos, que incluyen los cultos y algunos breves avisos de interés general para los hermanos.

INTERÉS NOTICIOSO

La mayoría de las hermandades, para suministrar a la Prensa noticias cuya publicación les interesa, no utilizan los Boletines, sino otros medios, generalmente la conversación directa o ruedas de prensas.

Pese a ello, los Boletines suelen incluir algunos detalles y datos sobre la vida de la hermandad. De ahí que todos los que recibimos los leemos y a veces sirven para elaborar informaciones, o para proporcionar datos estadísticos de interés.

Tal vez por este motivo, la mayoría de los Boletines eluden datos que las cofradías no tiene demasiado interés en divulgar. Por ejemplo no suelen publicarse, salvo excepciones, las cuentas de ingresos y gastos, ni datos económicos internos, por lo cual los hermanos ausentes o que no asistan a los cabildos generales de cuentas no se enteran. También se da el caso curioso de que algunos Boletines han dejado de publicar los precios de las papeletas de sitio, que se envían exclusivamente a los hermanos en hojas aparte.

Y no faltan algunas cofradías que no envían los Boletines a los Medios de Comunicación, sino sólo a sus hermanos, supongo que por estimar que su contenido es sólo de interés interno. Es decir que hay cofradías muy interesadas en que se conozcan sus actividades, pero también hay otras que optan por un cierto secretismo y sólo quieren que se publiquen lo que a ellas les parece oportuno. En tales casos no envían sus Boletines a los Medios de Comunicación.

La mayoría de estas publicaciones tienen una periodicidad muy irregular. Esto hace que su interés informativo sea moderado, pues una parte de las noticias que se incluyen ya han sido publicadas en los Medios de Información. Pero también es verdad que en ocasiones contienen referencias interesantes de la vida de hermandad, que suelen dar lugar a una atención periodística.

A veces también incluyen investigaciones no divulgadas sobre aspectos históricos o artísticos de la hermandad. De ahí que, aparte de las referencias de los cultos, que siempre publicamos, los Boletines deben ser tomados en consideración como posibles fuentes informativas y merecen una lectura detenida.

DESTINADOS A LOS HERMANOS

Ya he comentado que los Boletines de Hermandades no están destinados a los Medios de Comunicación, sino a los propios hermanos. Y esto se nota en parte de sus contenidos, desde los artículos de opinión a los poemas, a veces de no mucho valor literario, que publican. El Boletín se hace para los hermanos y no se buscan otros intereses.

Gran parte de estas publicaciones tomaron como modelo el Boletín de Cofradías de Sevilla, que publica el Consejo General de Hermandades. Nacieron a su imagen y semejanza. Y se aprecian incluso en los formatos, generalmente al gusto y comodidad de las imprentas.

El Boletín es un buen vehículo informativo para los hermanos más despedados y ayuda a vertebrar a las hermandades. Pensemos, por ejemplo, en personas que viven fuera de Sevilla, a veces incluso en el extranjero, y que reciben noticias de su hermandad, periódicamente, a través de estas publicaciones. En estos casos, o incluso en los de aquellos hermanos que van con poca o ninguna frecuencia por las casas de hermandad, los Boletines cumplen una importante labor social. Yo diría que esta es su principal utilidad, su verdadera razón de ser.

A su modo, los Boletines son un Medio de Comunicación, pero las cofradías, desde luego, no se lo plantean desde un punto de vista profesional y será muy difícil, por no decir imposible, que en un futuro próximo se lo planteen. Algunos Boletines de Hermandades están o han estado dirigidos por periodistas, pero siempre

como una colaboración desinteresada, como un servicio más, nunca como una salida profesional.

Un dato curioso a considerar es que suelen tener una tirada superior a determinadas revistas y publicaciones, y hasta mayor que algunos diarios que actualmente se publican en Sevilla. Hay cofradías que cuentan con más de cinco mil hermanos y todos tienen derecho a recibir el Boletín. Pero incluso en los caos más modestos, un Boletín de Hermandad no suele tener casi nunca una tirada inferior a los mil quinientos ejemplares.

UN FUTURO POR DECIDIR

El futuro de estas publicaciones aparece, en principio, poco dado a los principios. Sin embargo, no olvidemos que funcionan en grandes dosis el mimetismo y que si algunas cofradías decidieran innovar algunos aspectos, probablemente otras las imitarían. En el futuro de estas publicaciones jugarán un papel importante los derroteros por los que vaya el Boletín de las Cofradías, que edita el Consejo General de Hermandades, en el que suelen inspirarse.

El interés informativo de los Boletines seguirá condicionado, en gran parte, por los propios Medios de Comunicación. En Sevilla los diarios publican información frecuente sobre la actualidad de las cofradías.

Por ello, el público se entera de las novedades más importantes a través de los periódicos. Pero siempre habrá otros aspectos de la vida de las hermandades que se nos escapan a los periodistas y en la difusión de estas cuestiones sí que seguirán desempeñando un papel importante los Boletines.

Probablemente en el siglo XXI todas las cofradías tendrán su Boletín, con mayor o menor periodicidad, según sus posibilidades. Para mantener viva a una hermandad es fundamental la comunicación entre sus hermanos y es ahí donde los Boletines han tenido una importancia digna de elogio.

Los Boletines vistos desde *Diario 16-Andalucía* *

Javier Recio **

El objetivo de este texto se resume en el análisis sencillo del contenido y el continente de los Boletines de Hermandades y Cofradías.

CONTINENTE

Líneas básicas

La práctica totalidad de las hermandades de Sevilla mantienen una comunicación periódica con sus hermanos o amigos a través de un Boletín. El tipo más usual, de entre 24 y 64 páginas, lo utilizan una treintena de cofradías. Sólo algunas de ellas, por cuestiones económicas, se comunican con sus hermanos mediante carta u hojas sueltas. Una excepción notable es la el Gran Poder, que edita una breve Hoja Informativa de ocho páginas.

La periodicidad es variada, pero la aparición del Boletín suele hacerse coincidir, al menos, con las fechas más señaladas en el calendario católico: Navidad y Cuaresma-Semana Santa.

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Impresos» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Jefe de local de *Diario 16-Andalucía*.

La tirada de los Boletines va en función de los hermanos. A ésta última cifra se añaden unos centenares más para colaboradores, Medios de Comunicación, archivo y otras necesidades secundarias. El Boletín de mayor tirada, según mis datos, es el de la Hermandad de la Macarena, con unos 10.400 ejemplares. También es el de mayor paginación: el de Navidad tendrá 80 páginas.

Las medidas de los Boletines son muy similares: 17 centímetros de ancho por unos 24 de altura, aproximadamente. El papel más utilizado es el satinado, al menos en la portada.

El precio por ejemplar depende de muchos factores: tirada, número de fotografías, sistema de impresión, uso de color o blanco y negro... El de La Macarena, que tocaremos como modelo en muchos casos, viene a costar unas 90 pesetas por ejemplar.

Es barato porque los encargados de la edición y nos redactores no cobran; los colaboradores literarios y muchos de los fotógrafos, tampoco.

Se toma como modelo el Boletín de Cofradías del Consejo. Y será una constante la escasa evolución en los últimos veinte años, como se observa en el Boletín de la Macarena de octubre 1996.

La página hace uso de la doble columna, con escasa utilización de los elementos tipográficos más periodísticos: antetítulo, subtítulo, sumarios o entradillas. Ejemplificado en el Boletín de Cofradías (febrero de 1979) y en el Boletín de la Cena (julio de 1996).

Las ilustraciones y fotografías tienen una colocación poco adecuadas, éstas últimas aparecen por lo general sin recuadrar, así se observa en el Boletín de la Estrella (febrero de 1996).

Profusión de orlas y dibujos y marcos de tipo barroco, sobre todo en la portada (Carretería, La Cena, La Macarena, La Exaltación, El Cachorro y otras). Similitud con las filigranas de los mantos, palios y pasos. Esto se ha transmitido, incluso, a medios impresos de distinta índole, pero dirigidos al mismo público. Así puede observarse en el programa de mano «El Llamador» (Semana Santa de 1996).

Novedad destacable es la eliminación de orlas en la portada para realzar una foto de gran calidad (La Lanzada, La Candelaria, La Estrella, Santa Genoveva). Así aparece en las portadas de los Soletines de San Bernardo y El Resucitado.

La publicidad es muy anticuada en el aspecto gráfico. Salvo casos excepcionales, basta la simple reproducción de tarjetas de visitas o comerciales. Puede contemplarse en el Boletín de San Bernardo (octubre 96) y San Isidoro (noviembre 96).

Profusión de familias tipográficas de tipo gótico o romano. Escasa unificación en este aspecto.

Por lo general se utiliza la cuatricomía en la portada y contraportada y algunas páginas interiores. En otras a dos tintas.

CONTENIDOS

Encabezamiento de la exposición: los Boletines son fiel reflejo de la realidad de las hermandades, con sus defectos y sus virtudes. O mejor dicho, de la realidad de los grupos que dirigen, gestionan o presiden las hermandades.

Podríamos reseñar media docena de elementos o secciones casi imprescindibles en los Boletines:

1. El editorial, en muchos casos firmado, lo que choca con las normas generales del Periodismo.

2. Actos sociales de la hermandad, protagonizados en la mayor parte de los casos por los miembros de la junta de gobierno.

3. Artículos firmados, tanto de carácter histórico o documental como sobre alguna actividad de la hermandad. Artículo del hermano mayor.

4. La memoria anual de actividades.

5. Información de servicios: actos, cultos, convocatorias. Insistencia en la necesidad de pagar las cuotas.

6. El rincón poético.

7. Fotografías: imágenes y actos sociales. La moda de las fotografías antiguas.

Análisis de los contenidos

1. El Boletín, al servicio de la junta de gobierno:

En muchos casos, los Boletines se limitan a ser un medio de difusión de las ideas, proyectos y principios de la junta de gobierno que, en cada momento, presida la hermandad. El Boletín se llena de artículos y fotografías de los miembros de la junta, y la mayor parte de las informaciones gira en torno a sus actividades en la cofradía.

Ejemplo: un Boletín, no diré de qué hermandad, publicaba en su número de febrero de 1995 un total de 8 fotografías, incluida la de la portada. De las ocho, dos

correspondían a imágenes sagradas. En las otras seis aparecía el hermano mayor, sólo o en compañía de otros miembros de su junta. Son habituales también las entrevistas al hermano mayor o miembro de junta.

Dentro de esta idea general, son destacables los casos de auto-información, esto es: los redactores del Boletín (los miembros de la junta, directa o indirectamente) publican informaciones que, prácticamente, sólo interesa a ellos mismos. Ejemplo: el último boletín de la Esperanza de Triana publica la habitual memoria de actividades del año, que se compone en buena medida de datos como los siguientes: «*El día 8 de septiembre, nuestro hermano mayor asistió a la Función Principal de Instituto de la Divina Pastora de las Almas. El día 29 de septiembre, nuestro hermano mayor asiste a la Función Principal de Instituto que en honor de la Santa Cruz de Jerusalén celebra la Hermandad del Silencio. El día 30 de septiembre, nuestro hermano asiste en la sede del Consejo de Hermandades y Cofradías a los plenos de hermandades sacramentales, de penitencia y gloria. El día 6 de octubre, nuestro hermano mayor...*», etc., etc., etc.

2. La «doctrina» del hermano mayor:

Relacionado con el punto anterior, se observa un cierto abuso en la expresión de opiniones sobre temas de ética, moralidad o asuntos religiosos por parte de algunos hermanos mayores. Dos aspectos me preocupan: el carácter unidireccional de estas opiniones –no hay mucho lugar al debate– y la capacidad del hermano mayor para emitir ideas que a veces pueden rozar con la doctrina, al menos en la forma. Ejemplo: párrafo de la carta de un hermano mayor a los hermanos costaleros en un Boletín de septiembre de 1996: «*Hemos de entender que nuestro Cristo tiene tal poder, que se levantaría solo, si las circunstancias así lo exigieran*». Unos párrafos más adelante sugiere que su cargo al frente de la hermandad ha venido dado por designación divina. Ideas ante las que más de un teólogo contemporáneo se echaría las manos a la cabeza.

3. La pregonitis:

No hay Boletín que se precie que no cuente con un rincón poético abierto a la expresión lírica de los hermanos o simpatizantes de la cofradía. Se trata, generalmente, de composiciones poéticas llenas de sencillez y dirigidas con verdadera devoción y amor a las imágenes titulares de la hermandad. A veces, sin embargo, la buena intención supera con creces a la calidad poética. Ejemplo: en un Boletín de este año –no daré más pistas– puede leerse una poesía dirigida a la imagen mariana titular de la cofradía, sobre la que se estudia una posible restauración. Extraigo algunos párrafos:

*«Bendice María
a cielos y tierras que enamoras,
y (cierta plaza de la ciudad) entera te llora*

*mientras dure tan larga agonía
porque estremecidos en el alma
y con nervios en el corazón
que a tan singular Dama
se la llevan a restauración
¡y a mí no me da la gana
que ninguna persona humana
ose rozar a mi devoción!»*

4. Por ausencia, la mujer:

Un porcentaje mínimo de los mensajes que se emiten a través de los Boletines son dirigidos por o para mujeres. Como siempre, el Boletín es fiel reflejo de la vida real de la hermandad, para lo positivo y para lo negativo. De ese mínimo porcentaje, la mayor parte están relacionados con tareas secundarias de la hermandad. En pocas ocasiones hay lugar para debatir un asunto tan candente con el del papel de la mujer en las hermandades. Ejemplo: un Boletín del pasado mes de septiembre contiene un artículo firmado por una mujer y con un prometedor título: «*La mujer en las hermandades*». Pero no es lo que parece. Extraigo algunas frases: «*Quiero recordar que el único medios que tenemos las hermandades para solicitar unos derechos que consideramos hoy fundamentales es engrosar masivamente nuestro grupo, demostrando con ello la inquietud de la mujer a la voz y voto. No pretendemos, ni mucho menos, ocupar puesto en una junta de gobierno ni vestir algún día la túnica nazarena*».

CONCLUSIONES

– Los Boletines cumplen la función para las que se crean: trasladar al hermano no habitual de la casa hermandad la vida de la corporación. No están pensados ni diseñados para informar a los Medios de Comunicación, más rápidos en la transmisión de las noticias de las cofradías que los propios Boletines.

– Aún cumpliendo con su función principal, hay un cierto desaprovechamiento de los elementos: textos y fotos, porque:

– Gráficamente, lo boletines han evolucionado poco.

– Hay poco lugar al debate o la polémica

– Hay excesiva auto-información desde la junta de gobierno.

– Con todo, debe destacarse la labor de los editores de los Boletines, que realizan un trabajo arduo y voluntario, sin percibir ni una peseta, y que les cuesta más de un dolor de cabeza.

Capítulo 3

Los Boletines vistos desde *El Correo de Andalucía* *

Rafael Guerrero Moreno **

Voy a intentar explicar cómo se ven los Boletines cofradieros desde la perspectiva de un periódico, desde mi periódico, que es el decano de la Prensa andaluza y que por su historia y naturaleza siempre ha prestado un especial y destacado interés al mundo cofrade sevillano.

Intentaré hacerlo respetando el espacio que me han asignado, pero no dejaré de exponer paralelamente mi impresión y mi sensación, como un jefe de redacción que no tiene porqué emplearse directamente en el tema, ya que existen periodistas y colaboradores especializados con solvencia profesional que hacen muy bien su trabajo. Expertos en suma que saben mucho más que yo sobre eso y a los que nunca podría suplantar. En ese sentido es justo agradecer la colaboración que para ilustrar esta exposición me han prestado dos de los principales expertos de mi periódico en información cofradera, José María Gómez y Juan José Antequera.

Vaya por delante que ni soy entendido ni aficionado, aunque sí respetuoso con una tradición secular de una estética singular y brillantísima que, además, levanta grandes pasiones. Pero intentaré aprovechar la ventaja que me ofrece el

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Impresos» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

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

distanciamiento para analizar con la menor subjetividad posible el asunto que nos ocupa.

Para un mejor entendimiento de la relación entre la Prensa diaria y los Boletines de las hermandades, es conveniente remontarse a los orígenes de estos, que se remontan a la década de los años 40, cuando surge el primero de ellos: el editado por el Consejo General de Cofradías. Pero no será hasta la década de los 60 cuando aparecen los primeros Boletines individualizados de cada cofradía, siendo las pioneras precisamente las hermandades más punteras: Macarena, Esperanza, Silencio. Le siguen después Calvario, El Valle, San Benito, Sagrada Cena, San Bernardo, etc.

Hoy casi todas las hermandades tienen su Boletín. Los Boletines han evolucionado en términos de utilización de las nuevas técnicas de composición y de impresión, pero mantienen una estética y contenido sustancialmente antiguos, considerando una comparación con otros Boletines o publicaciones sectoriales o de colegios profesionales, elaborados con arreglo a criterios más actuales y más periodísticos.

Los Boletines son un vehículo de comunicación interna dirigido a los hermanos, ya que son ellos los destinatarios de la casi totalidad de la tirada de cada número. Su contenido ofrece dos partes claramente diferenciadas: por un lado, la información doméstica (guía de actos y cultos, relación de actividades, estado de cuentas, convocatorias, etc.) y, por otro lado, los artículos de reafirmación ideológica y de compromiso en torno al círculo cerrado de la hermandad, en muchos casos adobados con mensajes de inequívoco corte conservador, como podremos ver más adelante.

La tirada y la difusión están, por tanto, condicionadas fundamentalmente por el volumen de la masa social de cada hermandad. Así tenemos a la hermandad de la Macarena con 10.000 ejemplares, a la Esperanza con 8.000, al Cachorro con 5.000 y las demás con entre 1.000 y 3.000 aproximadamente. No sólo varía la tirada, sino la periodicidad en la aparición de cada edición. En esto Macarena sigue marcando la pauta, al ser la única hermandad que edita su Boletín mensualmente, mientras que en el resto se da la periodicidad bimensual, trimestral u ocasional.

Precisamente la dilatada periodicidad con que aparece la mayoría de los boletines, constituye un serio handicap para que sean tenidos en cuenta por los periódicos de información general. Pese a esa dificultad, *El Correo* siempre se ha distinguido por prestar una especial atención y por realizar un profesionalizado seguimiento a los Boletines cofradieros.

El Correo reflejó el origen y el desarrollo de los Boletines y en su prestigiosa Sección *Ecos*, allá por los años 60-70 realizada por el abogado y poeta José

Luis Pedregal, informó acerca de ellos, en el marco de una información cofradiera plagada de curiosas anécdotas. Tan sólo cabe criticar a Pedregal su subjetividad y parcialidad en favor de la Hiniesta -y por supuesto de su Boletín-, ya que no en vano era cofrade forofo de esa hermandad. Anteriormente, el director de *El Correo* en los años 40 y 50, José Montoto, reflejó en su columna *Pajaritas de papel* algunos de los contenidos originales del Boletín pionero del Consejo General de Cofradías.

La relación entre aquel Boletín y nuestro periódico pudo ser incluso más estrecha si hubiese cuajado el proyecto de imprimir en nuestros talleres el Boletín General, pero no pudo ser por impedimentos de orden técnico. Sin embargo, en aquellos años de postguerra si llegó a editarse en *El Correo* el voluminoso programa de bolsillo de Semana Santa que en Cuaresma se pregonaba en la calle Sierpes al grito de *El Pograma*.

Dicho esto a modo de antecedente histórico, pasemos a analizar la realidad actual.

«*Ahora damos más información que antes en calidad, contenido y cantidad*», reconoce José María Gómez, veterano periodista que ha vivido ese pasado y que ahora a diario canaliza la información que genera el mundo cofradiero sevillano. José María Gómez da cumplida cuenta cada día sobre la actividad cofradiera y tiene la sana costumbre de reflejar en sus páginas la salida de cada número con la reproducción de la portada de cada Boletín y una breve reseña acerca de su contenido. José María repasa el contenido de los Boletines, pero sólo suele utilizar las guías de actividades para la programación diaria de la Sección, tanto para reseñar las actividades actualizadamente como para encargar la cobertura gráfica de los actos.

Las propias hermandades deben ser conscientes de que la utilización de sus Boletines por parte de los periódicos se limita prácticamente a la guía de actos y también deben saber que los cambios de última hora, las desconvocatorias y/o las nuevas citas quedan obsoletas en la guía de un Boletín cuya aparición es demasiado espaciada en el tiempo. Y por eso recurren a Boletines de noticias paralelos, más rápidos y efectivos, como la correspondencia postal o por mensajero y, cómo no, el socorrido fax, la llamada telefónica o la visita. En vista del rápido desarrollo de las telecomunicaciones, no muy lejano debe estar el momento en que las hermandades empleen el correo electrónico vía Internet. Cartas de agradecimiento como las que recibimos en *El Correo* de hermandades por habernos hecho eco de sus convocatorias reflejan una realidad: la necesidad que tienen del periódico para comunicarse con la sociedad en general, una necesidad que no satisfacen con su propio Boletín.

Los Boletines cofradieros caminan detrás de los periódicos en cuanto a información propiamente dicha. Otra cosa bien distinta es el contenido ideológico de reafirmación en convicciones concretas acerca del compromiso y de la militancia cofrade, expuesto en editoriales -casi siempre firmados por el hermano mayor, como

principal referente de liderazgo que es-, artículos y colaboraciones, sobre un esquema tradicional en fondo y forma. «Ellos prefieren que la noticia salga en el periódico», comenta José María Gómez, convencido de que la auténtica repercusión social de la información cofradiera no está en los Boletines, sino en los periódicos.

Es más, los Boletines pueden ofrecer claves internas que pasan inadvertidas para el resto de los mortales, pero la traducción del mensaje y de un lenguaje a veces excesivamente crítico pasa por los periódicos, sin los cuales el eco de las actividades cofradieras sería mínimo, poco menos que reducido al arcaico y limitado método del boca a boca.

Si alguien pretende encontrar informaciones sobre aspectos conflictivos en torno al mundo cofradiero, que no busque en los Boletines, ya que sus contenidos eluden sistemáticamente estos pormenores, pese a que existan realmente. La polémica que meses atrás generó la directriz arzobispal acerca de que los cuadros dirigentes de las cofradías estaban obligados a dar testimonio ejemplar de vida cristiana (los divorciados, fuera) generó un cierto rechazo entre la sociedad civil que nutre las hermandades, pero en ningún momento se sirvieron de los Boletines para aflorar el conflicto a la calle. Los periódicos sí lo hicieron, sin embargo.

Pese a que los Boletines dan la espalda sistemáticamente a las polémicas y a las controversias que se suscitan en su ámbito temático, el periodista especializado en el mundo cofradiero -que debe tener en cuenta estos Boletines- puede a veces encontrar mensajes cifrados entre líneas que le sirvan para levantar una información de interés general para publicar en su periódico. El caso recientemente protagonizado en torno a la Hermandad de la Sed resulta bastante ilustrativo, según me refiere Juan José Antequera, colaborador que coordina la Sección de Cofradías de nuestro suplemento semanal en color sepia, *La Revista*.

En el último Boletín de La Sed se dejaban entrever solapadamente dificultades con el párroco respecto a la necesidad de la hermandad de contar con dependencias propias -ya que había sido obligada a desalojar el inmueble que ocupaba, propiedad de la Iglesia- por lo que se planteaba la necesidad de edificar una capilla anexa.

Como buen entendedor y hermeneuta del lenguaje que emana de los Boletines, Antequera captó rápidamente la clave y se puso a trabajar en el tema, y tras una serie de comprobaciones y contrastes periodísticos, trasladó a las páginas del periódico una información conflictiva con un lenguaje entendible y a la vez respetuoso sobre un tema de interés general.

Días después, en la Sección de Sociedad informábamos del acuerdo tomado de madrugada por la junta de gobierno para edificar la citada nueva capilla anexa.

En otras ocasiones, la publicación de un anuncio, como el que incluía uno de los últimos números del Boletín del Consejo General, pagado por el gremio de orfebres puede dar la pista para que un periodista especializado escarbe e investigue acerca de un asunto polémico, sobre el que el propio Boletín no mencionara nada precisamente por su carácter controvertido.

Los Boletines, sin embargo, sí suelen polemizar con cuestiones generales de orden moral desde una perspectiva muy conservadora, no con ánimo de sacudir el tejido social de la sociedad, dada su limitada difusión, sino con la pretensión de persuadir o de convencer a los hermanos cofrades de la necesidad de militar en torno a la interpretación más estricta y conservadora de la doctrina católica. Sirva la lectura textual de estos dos Boletines:

El Valle, octubre de 1996. Bajo el título de *El falso progresismo*, un colaborador escribe: «*Vivimos en un mundo materialista, donde ya los valores espirituales no tienen cabida y donde ya nada es pecado pues la Religión no parece digna de tenerse en cuenta*». (...) «*Os habéis dado cuenta, que ya ningún partido político defiende la penalización del aborto?*» (...) «*No sentimos vergüenza en decir públicamente que somos católicos y que no compartimos esas ideas falsamente progresistas*». Concluye el colaborador diciendo: «*Quizás en Sevilla la nueva evangelización, tan necesaria en algunos sectores sociales, venga de la mano de nuestras cofradías del mañana*». Las Penas, mayo de 1996. Al informar sobre la memoria del ejercicio 95-96, el redactor refiere que el comienzo del curso contó con la presencia de la presidenta de la «Asociación en defensa de la vida, Pro-Vida» y dice: «*Esta magnífica ponencia sobre el aborto, fue complementada con un vídeo donde quedaba al descubierto la crudeza de las imágenes de la extinción del feto y extracción del mismo*».

Pero esa aportación ideológica opinativa, que se extiende por muchas páginas de los Boletines carece de interés para los periódicos, por lo que nace y muere en el propio Boletín, sin mayor trascendencia de cara al exterior.

La lógica proximidad entre los directivos de las hermandades de Sevilla y el Arzobispado hispalense, así como la coincidencia en el objetivo común de ensalzar y engrandecer la Semana Santa, justifica que en los Boletines se vuelque una interpretación ortodoxa de las encíclicas papales, pero no la beligerancia ultraconservadora y desfasada que a veces rebosa en algunos Boletines, fruto de la interpretación personal de algunos directivos y colaboradores.

El tradicionalismo no impide afortunadamente que se aprecien ciertos rasgos de actualización y de evolución en los Boletines, no sólo por la vía formal del diseño, sino también por la vía de la progresiva penetración en los Consejos de Redacción de profesionales de la información, de licenciados en Ciencias de la Información, que conocen y sienten el mundo cofrade como algo suyo, pero que

comienzan a aplicar fórmulas de atracción a la lectura ya experimentadas en otros medios, como el género periodístico del reportaje. Son periodistas jóvenes que comienzan de ese modo a aportar con su trabajo y con sus conocimientos profesionales un sentido más dinámico y periodístico al tratamiento de los temas. Como son pocos y buenos profesionales, merece la pena mencionar nombres como José Gómez Palas (El Muñidor, Boletín de la Mortaja) y Miguel Angel Moreno (Boletines de la Estrella y la Candelaria). Ambos compaginan su hobby periodístico-cofradiero con su trabajo en Prensa y Radio, respectivamente. Gómez Palas publicó hace poco un reportaje sobre los inmigrantes en Sevilla, toda una excepción en el panorama de la temática endogámica cofradiera de los Boletines.

Bueno sería, desde mi modesto punto de vista, que se facilitara la entrada de aire fresco de jóvenes profesionales especializados en la Comunicación en los Boletines cofradieros, no sólo para que despertaran mayor interés entre sus habituales destinatarios, sino para los Medios de Comunicación que también los reciben. Así pues, tras este repaso y análisis, podríamos concluir señalando que la relación entre los Boletines cofradieros y los periódicos de información general es muy relativa, casi tangencial. Si acaso se reduce a la guía de actividades que incluyen en sus páginas, y que se aprovecha para trasladarla al periódico que, dada su difusión generalizada frente a la limitada de los Boletines y su dilatada periodicidad, se convierte así en el verdadero vehículo de comunicación entre el mundo cofrade y el resto de la sociedad.

Para los periódicos, los Boletines son por tanto una fuente informativa relativamente importante en la que beben los periodistas y los colaboradores especializados en el mundo cofrade a la hora de trasladar a la sociedad la actualidad de las hermandades. Pero, pese al lenguaje críptico que muchas veces los impregna, los periodistas cofradieros tienen la obligación de repararlos para comprobar si en algún rincón de sus páginas se observa alguna clave que dé pie a profundizar en la búsqueda de alguna información de interés general.

En cualquier caso y en reconocimiento al mérito que supone la edición de un trabajo editorial en un ámbito, además, tan popular y tan sentido por los sevillanos, *El Correo* tiene por costumbre reflejar en sus páginas la aparición de cada Boletín -y son muchos- con una breve reseña.

Conclusión final: el mejor Boletín cofradiero, el más efectivo desde la perspectiva de la Comunicación Social, es el periódico. Y que me perdonen los compañeros de la Radio y de la TV. En televisión se podrán ver las mejores imágenes en movimiento a todo color de las cofradías sevillanas en directo. Eso dura una semana. Pero el resto del año, el día a día de los eventos que acontecen en la rua cofradiera sólo tienen reflejo masivo en los periódicos y, especialmente, en *El Correo*.

Capítulo 4

Los Boletines vistos desde *Diario de Sevilla* *

José Gómez Palas **

En una profesión como la periodística, tenemos que destacar la importancia que tiene la Información Cofrade, sobre todo teniendo en cuenta que muchas veces hay «codazos» para apuntarse a la primicia, ayudándonos los Boletines de Hermandades, porque ofrecen la celebración de actos o cultos extraordinarios, presentan los nuevos proyectos de la hermandad como la realización de nuevas dependencias o la ejecución de nuevos enseres para enriquecer el patrimonio de la cofradía. También reflejan las variaciones que presentan con miras a la estación de penitencia, así como los cambios de capataces al frente del martillo o la contratación de una banda para un determinado paso. Todo este alud de noticias suele formar parte de los contenidos del Boletín de una cofradía, e indico suele, porque a veces los cambios de capataces al frente de una cofradía, se mantienen con excesivo sigilo. No toda la actualidad, desde luego, aparece reflejada en los Boletines. Por ejemplo: ¿por qué en el Boletín del Baratillo no se les informa a los hermanos que la Virgen de la Caridad tiene una lágrima más en su mejilla izquierda, como nosotros demostramos en el *Diario de Sevilla* en su fecha? ¿Por qué cuándo muchas hermandades abren las páginas de sus Boletines a la colaboración literaria

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Impresos» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Redactor del desaparecido *Diario de Sevilla*.

o a las cartas de sus hermanos, no se publica en el Boletín de la Macarena el escrito dirigido por el grupo joven al hermano mayor, en el que se crítica el comportamiento despectivo de un miembro de junta hacia el cuerpo de acólitos? No quiero lanzar piedras sobre mi propio tejado, sobre la labor de los periodistas cofrades, aunque no podemos olvidar que nuestra función esencial es la de destapar todos estos asuntos y darlos a conocer. Pero los Boletines de Hermandades se convierten en un mero panfleto oficialista, en algunas ocasiones, que baila al son de la junta gobernante. ¿Se puede hablar entonces de una línea editorial en los Boletines? ¿Existe la censura en estas publicaciones?

Pese al oscurantismo que envuelve las cuestiones de actualidad de las hermandades, estas publicaciones son de máxima utilidad para los periodistas. Porque también sirven para elaborar reportajes profundos, de los denominados «a destiempo». Los ejemplos más claros son los referidos a la historia de las hermandades, póngase por caso los desagradables sucesos del 36: estas reseñas históricas les han servido a los profesionales para recabar bastante información, con la que elaborar reportajes de la Semana Santa sevillana entre los años 32 y 39.

Hay que destacar también que los Boletines de Hermandades han sufrido notables cambios; sus formatos y contenidos han pasado de aquellas hojas informativas, así tituladas, en las que sucintamente se daba cuenta a los hermanos de los actos y cultos que se iban a llevar a cabo en la hermandad, a boletines amplios y sofisticados, de contenidos varios, que exigen un mayor esfuerzo económico, donde apreciamos el editorial, la carta espiritual a los hermanos, el rincón poético, las fotos para el recuerdo, las necrológicas y los seriales por capítulos en los que se publican los anales de la hermandad, junto a breves recordatorios menores que se le hacen a los hermanos. Al margen de lo señalado, se advierte una mayor preocupación por los contenidos y a la vez la idea de mejorar la imagen del Boletín, dando entrada a apartados inusuales hasta el momento, que no sólo atañen a la vida de la hermandad, sino que están relacionadas con la información general de la Semana Santa. Incluso en la búsqueda de hacer más atractiva el Boletín se incluyen en algunos una página de pasatiempos aunque vinculados a la hermandad.

También destacar la edición de Boletines que son auténticos monográficos especiales, y ciñen sus contenidos a un solo asunto; recuerdo y guardo con un especial cariño un Boletín de la Hermandad de la Amargura, uno de los mejores boletines que se publican hoy día, dedicado a repasar la historia de la cofradía de San Juan de la Palma con las Hermanas de la Cruz.

Reseñar por último la aparición de otro Boletín, el de la Sagrada Mortaja, que se diferencia tanto en su presentación como en los contenidos del resto de las publicaciones; ésta nació hace tres años con la vocación de convertirse en una revista informativa y cultural en la que podemos encontrar desde reportajes sobre los

inmigrantes que buscan una salida a su situación vendiendo por las calles de Sevilla, hasta encuestas en torno a los hábitos de los jóvenes sobre la religión.

Así ve un periódico nuevo en Sevilla, *Diario de Sevilla*, un periódico que ha apostado con valentía por la información cofrade, y prueba de ello es el suplemento de ocho páginas, que ve la luz cada sábado, con la meta primordial de poner en contacto a los hermanos, objetivo que no siempre se consigue desde los Boletines por la periodicidad de éstos.

Los Boletines vistos desde *El Mundo-Andalucía* *

Javier Rubio **

Soy un cronista de Semana Santa y respondiendo a la meta planteada en el panel, cómo son vistos los Boletines desde los Medios de Comunicación, diré que la experiencia que he tenido ha sido siempre usar los Boletines como instrumentos informativos, ya que llegan a las redacciones de los Medios, donde son ojeados y «expurgados» y lo cierto es que hay poco donde encontrar noticias que tengan un interés suficiente que trascendiera al ámbito de las propias hermandades; no hay que olvidar que sus contenidos son reseñas muy circunscritas a la propia corporación, a la vida interna, pero bien es cierto algunas veces encontramos algunas joyas, perlitas, sobre todo leyendo entre líneas, que es como hay que enfrentarse a los Boletines. Creo que cuando se leen los artículos de opinión de hermanos, hay que ponerse siempre en la posición de ellos y entender que es lo que subyace en el fondo de esos artículos para poder entenderlo y encontrar a veces temas noticiables. Por lo general tienen muy poco interés informativo para un periódico que tiene que atender no sólo el interés de los capillitas (si se me permite la expresión) sino el interés público en general, que no tiene porqué coincidir su

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Impresos» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Redactor de *El Mundo-Andalucía*.

visión de la Semana Santa con la que ofrecen las hermandades ni mucho menos de la que ofrecen los Boletines de esas propias hermandades.

Hoy por hoy, los Boletines de Hermandades han llegado a convertirse en una Prensa Profesional "sui géneris" en la que conviven los defectos de la oficialidad y resplandecen poco las virtudes de la independencia de criterio. De hecho, no nos sorprende que en determinados casos, la junta de gobierno de una hermandad destituya "ipso facto" al hermano encargado de redactar el Boletín o declare la disolución del grupo joven cuando éste se excede en sus críticas al buen funcionamiento de la hermandad. Son ejemplos ilustrativos pero creo que todos los tenemos bien presentes.

En este sentido, los Boletines han llegado a calcar el esquema autoritario y de férreo control sobre las ideas publicadas de la Iglesia Católica, de la que forman parte en última instancia. El "nihil obstat" del obispo se ha sustituido ahora por el beneplácito de la junta de gobierno en cuestiones que atañen, no ya a la moral o a la doctrina, sino a decisiones internas: un nuevo pasado del manto, una inversión patrimonial para una nueva casa de hermandad, la restauración de las tallas o el nombramiento de un director espiritual son asuntos en los que las juntas de gobierno no permiten discrepancias y mucho menos, que éstas se ventilen a la luz pública a través de los Boletines. En la práctica los Boletines responden a un modelo de Prensa oficial, que vive de la línea comunicativa que marca la propia institución sin desviacionismos posibles. Está en juego su propia supervivencia. Así pues, con este panorama, el horizonte que se adivina en lontananza está plagado de nubarrones negros para espíritus independientes o cuanto menos, inquietos. Los Boletines son a las hermandades lo que los comunicados internos a las empresas: transmisores de consignas. La Prensa confesional de primeros de siglo se ha trasladado ahora a los Boletines. Sólo que en las hermandades, las diferencias de criterio no quedan reducidas a las disputas de un consejo de administración en el que tienen cabida los principales accionistas, sino a un partido político en el que a la vez coinciden tendencias recíprocamente excluyentes.

Con todo, los Boletines dejan traslucir los conflictos internos de las hermandades y esa es su principal virtud. Si se está atento y se sabe interpretar tanto los silencios como los susurros, se estará en disposición de entender los entresijos de la hermandad.

El Mundo-Andalucía pretende tratar la Semana Santa acercándose a ella desde un punto de vista muy respetuoso, muy consciente de la gran importancia que el fenómeno de la Semana Santa tiene en la sociedad andaluza, pero al mismo tiempo abriendo mucho el abanico, lo cual es un handicap importante porque pienso que en la Semana Santa cuanto más se concentra el ámbito objeto de la información, más rendimiento se le saca, de tal manera que circunscribiéndose sólo a Sevilla o

de cualquier otra ciudad podemos poner el mismo ejemplo limitándonos a ese lugar, es donde encontramos un filón informativo que de otra forma queda si pensamos en noticias que de verdad tengan relieve de la Semana Santa para que trasciendan a otra ciudad, estamos pensando en valor informativo cero. Entonces en ese sentido, nos vamos a acercar de una manera muy respetuosa, teniendo en cuenta que no sólo es una manifestación religiosa, una manifestación de fe, que eso quedaría --a mi juicio-- para una Prensa confesional, que podrían ser justamente los Boletines de Hermandades y de Cofradías, sino desde el punto de vista de un fenómeno cultural, cuyas raíces son religiosas que tiene mucho que ver con la manifestación social, lúdica, festiva en su sentido más amplio, procurando un enfoque andaluz.

Capítulo 6

Los Boletines vistos desde *Sevilla Información* *

Antonio Silva de Pablos **

Quiero exponer dos visiones distintas: como periodista en la dirección de un periódico y la que tengo como persona que ha dirigido siete años el Boletín del Consejo de Cofradías.

Desde *Sevilla Información* nosotros también utilizamos los Boletines como fuente de noticias, que se entresacan de su lectura pormenorizada, aunque fundamentalmente son Medios propagandísticos de cada hermandad para llegar a sus hermanos, teniendo también una doble intención porque de lo contrario no se lo mandarían a los Medios de Comunicación, aunque en muchas ocasiones no quieren que se difundan, porque lo entienden como manifestaciones de la vida interna de una hermandad. Aunque eso es una contradicción, porque entonces no se comprende para qué mandan los Boletines a los Medios.

Considero que tienen dos grandes errores: uno que están hechos por el último que llega a la junta de gobierno que le gusta escribir, nunca por profesionales y periodistas, salvo en contadas ocasiones. Entiendo que los Boletines de Hermandades deberían profesionalizarse y supondrían una salida más profesional. Pongo un

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Impresos» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director de *Sevilla Información*.

dato de ejemplo, la Hermandad de la Macarena imprime 10.000 ejemplares de su Boletín, más que muchos Medios de Comunicación que se editan en algunas capitales; por tanto, eso no puede estar en manos de un señor de la junta de gobierno de la hermandad, que por supuesto tiene otra profesión y es sólo un aficionado a escribir. Es un Medio de Comunicación y debe estar profesionalizado con un periodista al frente, por supuesto un periodista que conozca la terminología, que conozca la ciudad, que sepa de cofradías y de la hermandad editora del Boletín en concreto. El otro error destacado es que son Medios de propaganda con muy poca base real informativa para los periódicos, y es que en muchas ocasiones las hermandades quieren que se cuente pero que no se sepa, algo que es imposible evidentemente. Y desde luego entiendo que los Boletines deben profundizar más en los hechos históricos, para que sus hermanos puedan conocer bien su filosofía y no estar sujetos sólo a la propaganda de unos cultos.

Los Boletines llegan a «salto de mata», irregularmente, dos o tres veces al año. Es esencial que si pretenden ser un órgano de Comunicación deben regular su periodicidad concreta, dos veces al año, tres o la que sea pero fija. No como ocurre que cuando hay relleno es cuando se editan.

No se hace Periodismo, en ningún Boletín se hace, en el sentido de que se cuentan cosas, sino que se regodean los hechos y en mi opinión deberían desaparecer todos y voy a explicar por qué. He estado siete años en el Boletín de las Cofradías del Consejo con infinidad de intentos de convertirlo en una revista profesional de cofradía, igual que existen revistas de aviación o del motorismo, y ha sido imposible por la propia oposición de las cofradías. Si se hubiera hecho, entre todas, una gran publicación especializada en cofradías, estaríamos hablando de unos 500.000 ejemplares al mes; eso no lo tiene ningún periódico en Andalucía, que yo sepa, ni creo que en España con esa periodicidad, como revista claro. Estaríamos hablando de un Medio de Comunicación de una envergadura tal —incluso ideológica— que tendría un peso importantísimo en la población, más que muchos periódicos diarios en material de información cofrade.

Otro problema de estos Boletines es el formato: antiguo, arcaico. Intenté sacar el Boletín del Consejo de Cofradías, en tamaño tabloide y de hereje para arriba me pusieron, teniendo que mantenerme en el tamaño tradicional. Y un dato que quiero dejar sobre la mesa: en el indicado Boletín del Consejo fuí el primer periodista —y único— que lo ha dirigido, habiendo existido un intento en el otoño de 1996 que vuelva a ser dirigido por un periodista, lo cual ha sido boicoteado por las cofradías. Esto es sintomático. Las cofradías, utilizan los Boletines como propaganda y a los periodistas nos quieren sólo cuando a ellos le interesan.

Capítulo 7

Los Boletines como fuente de Información *

Dr. Juan Luis Manfredi **

Los Boletines de las Hermandades son un aspecto de la vida cofradiera sobre el que rara vez se ha fijado la atención de los investigadores. A los Boletines de las Hermandades y Cofradías les pasa que parecen no existir pero que a poco que se les preste atención se averigua que tienen una enorme capacidad para la difusión de informaciones y opiniones. No aparecen en ninguna guía de Medios, no se cuenta con ellos para llegar a la opinión pública y son ajenos a la competencia por el mercado, pero tienen una enorme vitalidad y un público fiel, que es más de lo que muchos Medios más grandes pueden alardear.

En la sociedad hiperinformada de fin de siglo, los que seguimos llamando Medios de Comunicación de Masas se dirigen cada vez menos a las masas y más al individuo, o al menos al grupo reducido de individuos que tienen en común un interés, una afición o una devoción. Hay, efectivamente, muchos más Medios especializados que generalistas.

Los Medios generalistas –que tratan de todo para contárselo a todos– hace ya tiempo que son muchos menos que los Medios especializados –que tratan de un sólo asunto y se dirigen sólo a los interesados en él– y desde luego menos influyentes, si se toman sus secciones una a una y se comparan con los Medios homónimos.

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

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

Ciertamente, los Medios generalistas no lo son en sentido estricto, pues todos ofrecen a su público una selección de hechos y opiniones. Si mantienen esa condición es porque tratan de abarcar el máximo de áreas de interés de su público, de manera que la capacidad de influencia social de los Medios generalistas se construye en torno a su oferta de visión global de la sociedad, sus posibilidades de relacionar los diversos acontecimientos con una misma óptica y su potencial habilidad para ofrecer una valoración de los hechos coherente con el ideario del que se presentan como portavoces.

Por su parte, los Medios especializados han encontrado su razón de ser en su capacidad de rescatar temas que no son de interés general y de profundizar en aquellos que, aún siendo de interés para determinados sectores de la sociedad, no encuentran en los medios generalistas el eco que quisieran para aquellos asuntos que les preocupan.

En nuestros días, ningún Medio cubre por sí sólo las necesidades de información y opinión del público, entendiendo por tal el conjunto de la sociedad en el que ese medio actúa. Ni siquiera una combinación de Medios podría hacerlo si todos ellos son generalistas, pues entre ese público habrá siempre grupos que no encontrarán todo lo que les interesa.

En esa insatisfacción está el origen de los Medios especializados, que aparecen como complementarios o como alternativa de los generalistas y que alcanzan una próspera vida en la medida en que son capaces de fidelizar a un público que será tanto más exigente cuando más interés inicial tenga en el asunto en el que se centra el Medio.

Casi por definición, un Medio especializado es, a su vez, fuente potencialmente fiable para un medio generalista porque está más cerca del origen de la información y tiene más capacidad para evaluar su importancia. Cuando el generalista cita al especializado, ambos Medios mejoran su capacidad de influencia social, prestandose mutuo apoyo, uno en audiencia y otro en profundidad.

Aunque algunos de los Medios especializados tienen tanta tirada o audiencia como los más importantes de los generalistas, la mayoría son lo que llamamos «Micro-medios», es decir que se producen y distribuyen poniendo en juego un mínimo de recursos humanos y materiales.

A esta definición —que no implica una «micro-difusión», ya que algunos tienen más tirada o audiencia que muchos generalistas— pueden acogerse un amplio abanico de publicaciones o emisoras, ya que cada día es más asequible la tecnología para hacerlo posible con resultados profesionales y esa facilidad ha multiplicado la aparición de nuevos «Micro-medios», que constituyen un campo de actuación periodística aún muy poco estudiado.

En los Boletines de muchas cofradías o hermandades coinciden las características de «micro-medio» y de especialización, pues se hacen con muy pocos recursos pero atienden muy bien a un público al que hablan de lo que les interesa y no pueden encontrar en otros soportes informativos.

Muchos de estos Boletines llevan años en la brecha, con diagramación y contenidos que parecen detenidos en el tiempo. Ello no suponía mayor mérito, creemos, cuando no tenían competencia, pero resulta más que admirable ahora que todos los Medios sevillanos tienen durante todo el año espacios dedicados a las actividades cofradieras.

Aparentemente, el público interesado en la información cofradiera no sólo ha crecido en términos vegetativos, sino que «consume» más, ya que hay mucha más oferta y no hay síntomas de que se haya satisfecho toda la demanda.

En este crecimiento de la oferta, Boletines cofradieros y Medios generalistas no sólo no compiten, sino que se complementan.

Los primeros se mantienen en su línea de informar y comentar sólo sobre su hermandad o cofradía, ahondando en aspectos específicos de su historia, sus cultos, sus titulares o sus actividades, siempre con un tono «oficial», en la medida en que son el Medio por el que la junta de gobierno hace llegar sus noticias u opiniones a los hermanos, que a su vez le otorgan total credibilidad a sus páginas.

Los Medios generalistas, al incorporar la información cofradiera a su oferta diaria se encuentran con el reto de atender a la demanda de un público que suele saberlo todo sobre su (o sus) hermandad y muy poco de las demás. La oferta informativa de estos medios en este terreno tiene que ser, por tanto, amplia en temas, especializada en su terminología y neutral en el tratamiento de las diversas maneras de entender la Semana Santa desde todas y cada una de las hermandades y cofradías.

Para esta tarea, los Medios generalistas se apoyan no pocas veces en los Boletines cofradieros. Hay otras fuentes, desde luego, pero los Boletines ofrecen no sólo la versión oficial de su respectiva hermandad, sino informaciones, datos y opiniones casi siempre aprovechables en sí mismas o como pista para «levantar» temas.

Por su parte, también los Boletines se hacen eco de las informaciones o comentarios de los Medios generalistas que se refieren a su Hermandad, cerrando así un círculo de interactividad cuyo resultado es la puesta a disposición del público de más y mejor información cofradiera.

La mayoría de los Boletines carecen de periodicidad fija y se hacen cuando hay temas suficientes y cuando los recursos de la hermandad lo permiten. Se elaboran, además, en base al voluntarismo de los hermanos y los resultados son irre-

gulares, al menos en términos de estilo periodístico y de diagramación, aunque han sabido hacer de estas carencias la esencia de su atractivo, que tiene el sabor de lo tradicional.

En los últimos años, algunas Hermandades han incorporado a sus boletines el buen oficio de hermanos periodistas, casi siempre jóvenes y entusiastas. Ellos están detrás de esa media docena en los que la diagramación y los contenidos se ajustan más a los criterios actuales de producción periodística. Son ellos, también, los primeros en establecer con sus colegas de Información Cofradiera en los Medios generalistas una relación continuada, que abunda en la interactividad de sus trabajos.

Tanto los Boletines tradicionales como estos más modernos constituyen fuentes fiables para los demás medios en la medida en que suponen la «versión autorizada» de lo que pasa en sus respectivas hermandades o cofradías. Ese valor está relativizado por la diferencia en la periodicidad, que hace que los Medios convencionales no puedan aprovechar más que aquellas informaciones u opiniones de los Boletines que mantengan su validez temporal al ser difundidas en el nuevo soporte.

Esta condición de fuente para los Medios generalistas no ha afectado sustancialmente al contenido de los Boletines, en la certeza de que siguen siendo la mejor manera que tienen los hermanos de enterarse de lo que pasa en su propia cofradía. Se ha producido, además, un efecto de rebote: los Boletines tienen más difusión cuanto más se les cita en los periódicos o emisoras.

En la tentación que no han caído los Boletines cofradieros es en la de convertirse en una especie de servicio informativo para atender la creciente demanda de los Medios generalistas. Quizás haya ahora más noticias, pero no a costa de los contenidos tradicionales, que por cierto son difícilmente extrapolables a los otros Medios: poemas, narraciones históricas, evocaciones literarias de personas o acontecimientos, convocatorias de cultos u otras actividades e incluso homilías pronunciadas en ocasiones especiales.

En plena eclosión de la oferta informativa en torno a la Semana Santa, con intervención de técnicas de mercadotecnia para estimular el consumo no sólo de periódicos o de programas, sino de videos, Cd-Roms y toda clase de artículos que se venden o regalan junto al Medio Informativo, los Boletines de Hermandades y Cofradías se mantienen fieles a unos conceptos de información y opinión respetuosos con las tradiciones. Observan, suponemos, lo que hacen los otros medios pero no los imitan ni tratan de competir con ellos. Se mantienen en otro plano, más próximo a la vida cofradiera de puertas adentro que al eco de esas actividades en la calle.

Capítulo 8

La razón del contexto *

*Francisco Luis Córdoba ***

La ocupación científica, universitaria o profesional que ocasionalmente se dedica a dibujar la exactitud de la realidad tiene en el ángulo interno de cada una de sus parcelas las mejores o, al menos, las más valiosas vistas para su interpretación. En este universitario «II Encuentro sobre Información Cofrade» dedicado a los Boletines de las Hermandades, el enfoque de quienes comparten o han compartido esa experiencia de laboratorio comunicacional ha proyectado la perspectiva bifocal y casi íntima que al nazareno le dan los dos únicos ojos recortados que le permiten caminar.

Quizá con idéntica estrechez y sometimiento, pero también con semejante intensidad, estas publicaciones de Periodismo artesanal mantienen el cirio de su persistencia y reflejo sobre lo que Miquel Barceló¹, con abuso de su propia teoría, también podría denominar el “factor multiplicador” de un clima ambiental de incienso, túnica y tambor, por encima del alma informativa que en principio se le debe suponer. Así es y puede que así deba ser.

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

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

¹ BARCELÓ, Miquel: «Prólogo» en NEGROPONTE, Nicholas: *El mundo digital*, Ediciones B, Barcelona, 1995, pág. 9.

Esta primera aproximación nos obliga a condicionar el análisis de resultados informativos en función de un planteamiento de contexto social que, si bien entra dentro del campo de los fines comunicativos, se sale de él en cuanto que sus objetivos últimos miran hacia dentro antes que hacia fuera.

La difusión de contenidos de cualquier carácter social no siempre responde al principio sustancial de los mensajes informativos, dar a conocer, sino que a veces se objetiva como un instrumento reflexivo para conocerse a sí mismo –persona o grupo social– desde el espejo de la tinta y la resonancia (?) de una publicación. En suma, estos Boletines seducen más por el contexto que por el texto, porque éste quizás aguante escasa indagación.

Dentro de la teorías analíticas que estudian el papel de la Comunicación, Ramón Reig, en un trabajo de mayor ambición conceptual sobre las bases estructurales y psicosociales del control de la Comunicación de Masas² cita la que podría llamarse teoría operativa en unos términos adecuados para acercarse –cierto que con un generoso exceso teórico y un interesado reduccionismo práctico– a estos textos, como a cualquier otro Medio de Comunicación, para intentar orientarse sobre “*los fines del funcionamiento de los Medios y sobre cómo habría que hacer las cosas para estar en consonancia con los principios más abstractos de la teoría social...*”. Esos principios deben coincidir –siguiendo a Reig– con los universos simbólicos que justifican el discurso informativo de estos Boletines sin otro carácter persuasivo que el de instrumentalizar una actualidad interna para subrayar el carácter imprescindible del mundo cofrade en el clima social andaluz.

Los criterios estructurales del Periodismo escrito están aquí alterados por una preeminencia del interés psicológico –digamos espiritual– sobre el interés público que nadie puede pregonar. Los principios que alientan su *animus* social tal vez no superen el objetivo de convertir estos boletines en una tradicional solución de continuidad para el paréntesis anual que discurre entre cada *tiempo de esplendor*.

Estos Boletines no interpretan la realidad, ni tan siquiera la cuentan, al menos con la audacia que siempre pide la pluma, sino que únicamente la adornan, la enmarcan y le dan alas al sentimiento colectivo y devocional que sustenta la razón de cada hermandad. Pese a todo, la exactitud de esa realidad a la que responden quizás tenga idéntica morfología, la de un marco elevado que pretende contar poco y vivir mucho. Y, como dice el propio Reig³, “*...de ninguna manera se puede aceptar ni a la comunicación, ni a sus públicos como un fenómeno descontextualizado...*”

² REIG, Ramón: *El control de la Comunicación de Masas. Bases estructurales y psicosociales*. Libertarias Prodhufi, Madrid, 1995, pág. 48.

³ *Ib.*, pág. 31.

Porque en caso contrario, en el supuesto de alterar la jerarquía de objetivos de estos Medios de expresión colectiva, elevando su razón informativa sobre el condicionamiento instrumental que desempeñan para estos colectivos sociales, haciéndolos más Boletines que cofrades, nos encontraríamos, quizás con la *disonancia cognitiva* que mencionan Richard Ellis y Ann McClintock en su *Teoría y práctica de la condición humana*⁴.

Los valores y creencias fundamentales de una hermandad no están en su vocación informativa, que, por tanto, ni tan siquiera estos Boletines pueden reivindicar. La búsqueda de un cierto reflejo social tampoco tiene siempre un calco directo en la lógica de la información. Así que estos boletines, que, como cualquier publicación, buscan una condición de ser imprescindibles desde su perspectiva social, son bastante mejorables desde el ángulo informativo, aunque su razón social lo explique (?). Porque, como dicen Ellis y McClintock, cuando nos comportamos en una forma inconsecuente con nuestros valores y creencias, experimentamos un estado de confusión e insatisfacción mental, que Festinger llamó *disonancia cognitiva*. Antes de alcanzar este estado de conciencia colectiva, una hermandad, sin duda, prefiere – como lo hace – que lo que se produzca – como se produce – sea la “*disonancia informativa*”, que los Boletines reflejan.

En cualquier caso, debe sostenerse, como mérito, su poder de comunión. El flujo comunicativo o, mejor, participativo, que entrelaza el discurso periódico de cada hermandad va más allá, en valor y pretensiones, que cualquier otra finalidad. Quizás los Boletines sean el oxígeno editado, que durante todo el año ayuda a respirar, aunque curiosamente, desde el punto de vista informativo, se deba oxigenar.

Y entiendo que así debe ser porque la trascendencia cultural y social del mundo cofrade sevillano sobrepasa desde hace siglos su propio ámbito de jurisdicción. Nadie puede discutir su legitimidad para ponerle tablas, paso y pedestal a estos escritos que constituyen el pregón periódico de su cotidianeidad; pero si la dimensión de cada realidad debe ser proporcional a la fuerza de su reflejo, las hermandades de Sevilla, al menos desde su espejo exterior, no hallan en estos Boletines signos de comparación.

El ensimismamiento informativo que produce la práctica de todo Periodismo de ombligo puede acabar distorsionando el reflejo de su propia realidad. Los Boletines no reponen a una estructura informativa profesional, tampoco despiertan nueva demanda social, aunque, eso sí, subrayan una expresión endógena, viva pero circunscrita a un lenguaje excesivamente instrumental, que atiende la dinámica de cada hermandad, con un disimulo y pudor que evita la excesivas transparencias. En todo

⁴ ELLIS, Richard y McClintock, Ann: *Teoría y práctica de la condición humana*. Paidós, Barcelona, 1993, pág. 47.

caso, como dice Núñez Ladevéze⁵, “*disimular es un modo de expresar*”, aunque pueda no advertirse; si no se disimulara, se expresaría de otro modo. En este sentido, suele decirse que en la función expresiva que tiene el lenguaje siempre incluye un síntoma del mundo interior del hablante, “que se expresa mediante lo que dice y el modo de decirlo”. E incluso, también, el modo de no decirlo.

La sociedad sevillana puede absorber una mayor transparencia informativa del mundo cofrade. No obstante, considera aceptable que cualquier proyecto comunicativo que merodea entre la espiritualidad y el comportamiento elija su función social por encima de su carácter informador. De ahí que las deficiencias que como producto informativo se puedan enunciar, tengan fácil análisis y difícil solución.

Porque, pese a la globalidad conceptual de la información como derecho que está en manos de la sociedad que la reclama y no de los agentes que la emiten, la identidad corporativa de estos boletines incluyen un relativismo informativo, sostenido por su propia experiencia y estadística, que, aunque soporte el reclamo de una mejor edición profesional, un mayor ámbito de difusión y un mayor dinamismo en lenguaje y contenido, su objetivo fundamental no se ajusta al contexto de cualquier producto de Comunicación.

Los Boletines de las Hermandades son un espejo de mano condicionado como el del cuento, que modifica, endulza y utiliza el reflejo de su imagen como aliento y vitalidad de unos cánones de entendimiento socio-espiritual que también precisa de instrumentos comunicativos, como el hombre los precisa para cualquier ejercicio en comunidad.

⁵ NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Introducción al Periodismo escrito*. Ariel, Barcelona, 1995, pág. 62.

Capítulo 9

Fomentar una fluidez comunicativa *

*Juan Antonio Galbis ***

Iniciaré mi exposición indicando que necesariamente debe ser breve como breve es la historia de nuestro Boletín. Realmente el Boletín aparece por primera vez en junio de 1995, cuando nosotros nos hicimos cargo de la junta de gobierno de nuestra hermandad. Desde el principio pensamos que para mantener informados a los hermanos y hacerlos participar de una forma más activa en la vida de nuestra hermandad debíamos tomar la iniciativa, que ya habían tomado la mayoría de las hermandades de Sevilla, de editar un Boletín. Y esto no sólo por la posibilidad que nos brindaba de estar más en contacto con nuestros hermanos, sino también –y todo hay que decirlo– por el abaratamiento que suponía en los costos por correspondencia; nuestra hermandad tiene un gran número de hermanos y para mantenerlos informados sobre los cultos y las actividades que se celebraban en la Hermandad había que enviar una media de siete u ocho cartas al año a cada hermano, lo que conllevaba un gasto considerable de correo.

En la primera carta que yo escribí siendo hermano mayor de mi Hermandad a nuestro cuerpo de hermanos ya les hablaba del Boletín. A continuación vemos los

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde las Hermandades» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Hermano mayor de la Pontificia, Patriarcal e Ilustrísima Hermandad y Archicofradía del Santísimo Cristo de la Buena Muerte y María Santísima de la Angustia

dos párrafos de aquella primera carta en la que me dirigía, en septiembre de 1995, a los hermanos anunciándoles la edición de nuestro nuevo Boletín: *“Una de las aspiraciones de esta Junta de Gobierno es la de hacer más fluida la relación con todos los hermanos y mantenerlos perfectamente informados de todas las iniciativas y actuaciones de la Junta. Así como de todos los actos que se celebren con participación de nuestra Hermandad.*

Una forma de hacer llegar a todos vosotros esta información con una cierta regularidad consiste en la edición de un boletín periódico. Esta iniciativa, que ya ha sido tomada por la mayoría de las Hermandades sevillanas, es la que ahora nos proponemos con objeto de cumplir los fines de transparencia y comunicación antes aludidos. Por ello es nuestra intención haceros llegar muy pronto el primer número de nuestro boletín, donde se incluirá el calendario de actividades del próximo curso con una más amplia información sobre las actividades del primer trimestre, así como otras noticias y comunicaciones sobre distintos aspectos de la vida de nuestra Hermandad. Esperamos que el Boletín sirva para acercarnos más a todos vosotros y para animar a todos los hermanos a identificarse más con su Hermandad, participando activamente en los Cultos, Cabildos Generales y cuantas actividades se desarrollan en la misma por iniciativa de la Junta de Gobierno o de los propios hermanos”.

Como ven aquí quedan claramente reflejadas cuales eran nuestras intenciones al editar el Boletín, que no eran más que intentar fomentar una comunicación más fluida entre la junta de gobierno y los hermanos y hacer a estos más partícipes de los cultos y actividades.

Nuestro Boletín es un Boletín muy sencillo, sin publicidad y a dos tintas, aunque cuidando mucho el detalle y la presentación, tenemos la suerte de contar con algunos profesores de la Facultad de Bellas Artes en nuestra junta de gobierno que cuidan de lo mínimo y hacen que la presentación esté muy cuidada.

Nuestro Boletín consta de tres números anuales que, siendo este su segundo año de edición, aparecen en la mismas épocas que durante el primer año. Uno al principio de septiembre, en el que se anuncia la apertura de curso, el triduo de la Virgen que suele coincidir con los tres días previos a la festividad de la Inmaculada Concepción y difunde también lo que es el buque insignia de nuestra programación cultural: el Ciclo del Aula de Cultura y Fe que este año ha celebrado su décimo aniversario y que tiene un merecido prestigio dentro de la vida cultural de la ciudad. Y esto constituye prácticamente el primer número, lógicamente también encontramos una carta de presentación del hermano mayor, del director espiritual de nuestra hermandad y, a veces, del rector de la Universidad dirigiéndose a los hermanos. Un segundo número aparece en enero o febrero, donde se anuncian los cultos cuaresmales: el quinario del Cristo, la estación de penitencia... Este número suele ser el más

voluminoso de los tres que se editan. Y el tercer número se publica aproximadamente en junio –casualmente nuestro curso cofrade coincide prácticamente con la duración del curso académico–, y este último Boletín lo que hace es cerrar el curso de la Hermandad, hacer una especie de recopilación y de reflexión sobre lo que ha sido el año cofrade y despedirnos de los hermanos hasta septiembre porque la vida de la hermandad, como la vida cultural o la vida laboral de nuestra ciudad se adornece un poco en los meses de julio y agosto.

Realmente estas son nuestras pretensiones y poco más tengo que precisarles. En todas las ediciones de nuestro Boletín yo procuro como hermano mayor escribir unas líneas, aunque sea un folio, dirigiéndome a los hermanos y animándoles a participar en nuestros cultos que no siempre son todo lo nutridos que correspondería a una hermandad con un número de hermanos como la nuestra. Se dan algunas pinceladas más aparte de mi carta; el artículo o carta de nuestro director Espiritual que atiende, generalmente, a aspectos formativos y catequéticos dirigidos a nuestros hermanos; como ya he mencionado anteriormente, en ocasiones se incluye también una carta de presentación del rector o de algún otro profesor de la Universidad coincidiendo con alguna efemérides notable a lo largo del curso; también se insertan algunas notas sobre la historia de nuestra hermandad porque los que somos más mayores tenemos ya alguna historia vivida, en esta hermandad por el ámbito que ocupa dentro de la Universidad Hispalense, estando dirigidas las mismas especialmente a jóvenes –universitarios con unas edades comprendidas entre los 19 y los 24 ó 25 años– que a veces no conocen, o conocen poco, lo que ha sido y lo que ha significado la hermandad en su corta historia, puesto que nuestra Hermandad se fundó en el año 1929.

Queda así reflejado un resumen breve de lo que nuestro Boletín representa para nosotros y para nuestros hermanos.

Un periódico de la hermandad *

*José María O'kean***

Me siento emocionado y congratulado al comprobar que el entramado social sevillano se está organizando de tal manera que la Universidad, la Cultura y el mundo de las Cofradías aparecen entrelazados de forma que no pueden pasar los unos sin los otros. Personalmente creo que la Universidad ha dado un gran paso adelante al afrontar el «II Encuentro», puesto que hace veinte o veinticinco años la sociedad vivía al margen de la Semana Santa y de su fiesta, sin embargo hoy en día la sociedad vive plenamente integrada en todas estas actividades siendo este un tema de total actualidad.

Como me estoy dirigiendo a personas que pertenecen al mundo de la información me gustaría hacer un poco de historia acerca de lo que es un Boletín Cofrade. El Boletín es el Medio de Comunicación de una hermandad; antes no existía —ni había necesidad de que existieran estos Boletines— porque la comunicación era inmediata; solamente se colocaba un gran cartel con el culto del año en la puerta de la iglesia y como todo el mundo asistía a misa, todos se enteraban. Después

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde las Hermandades» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Hermano mayor de la Pontificia, Real y Primitiva Archicofradía de Nazarenos del Santísimo Cristo de la Coronación de Espinas, Nuestro Padre Jesús con la Cruz al Hombro, Nuestra Señora del Valle y Santa Mujer Verónica.

hubo que intentar mejorar la Comunicación con aquellos hermanos que por motivos diferentes frecuentaban menos la hermandad; con este motivo comenzaron a utilizarse las hojas informativas para informarles de que iban a tener lugar cultos y demás actividades. Más tarde algunas hermandades empezaron a insertar diferentes noticias en el Boletín en una simple hoja de papel, aparte de ya informar de los cultos, hasta llegar a lo que hoy conocemos como Boletín Cofrade. Creo que en el momento actual en que estamos, una hermandad no puede pasar sin su Boletín; es necesario, incluso yo diría más, el Boletín es un medio puntual que tiene para comunicarse con los hermanos y por lo tanto ese medio puntual hay que hacerlo lo más agradable posible, es decir, lo más periodísticamente posible. Considero que un Boletín debe ser un periódico de la hermandad, un periódico en el que se informe de todas las actividades al máximo y agradablemente, que se lea con facilidad y que se acoja con agrado.

Nosotros editamos sólo dos Boletines al año. Hay hermandades que por su capacidad económica pueden lanzar muchos más Boletines y tener muchas más informaciones. Por eso entiendo que la carta del hermano mayor, la tercera hablando en términos periodísticos, debe ser la filosofía de la hermandad; aunque la escriba el hermano mayor, esa carta debe ser el editorial que marca la línea que quiere la hermandad que se siga, para que el quiera leer entre líneas que lea. Muchas veces el hermano aparece y desaparece y no sabe bien hacia donde se dirige la hermandad, no sabe que camino lleva, si va a estar en la línea de las restauraciones, de los actos culturales o de los actos formativos. En esta tercera lo que nosotros procuramos es imprimir nuestra filosofía, lo mismo que en un periódico en la tercera página se determina la tendencia política del mismo o su línea de actuación, nosotros en nuestra tercera procuramos marcar siempre la línea de la Hermandad, después ya entramos en otro tipo de informaciones.

Creo que los Boletines, aunque sean medios formativos, deben ir en una línea más actual puesto que los jóvenes ya no buscan la formación a través de ellos. Es cierto que una pastoral del director espiritual es necesaria porque, en muchas ocasiones, es una llamada de atención o una llamada al orden respecto a la vida espiritual de los hermanos. Sin embargo, yo pienso que el Boletín debe ser una cosa más íntima, más cercana, más de andar por la tierra y por los hermanos porque entiendo que hoy en día la juventud quiere leer cosas rápidas, fogonazos y no galeradas enormes. Le interesan más los textos pequeños, las llamadas de atención, que se diga esto y lo otro, pero rápidamente. Yo mismo he comprobado al leer la prensa diaria que tan sólo leo los editoriales y los titulares y no todas las galeradas de las páginas interiores que, en la mayoría de los casos y aunque los periodistas lo hacen muy bien, no son más que el desarrollo de las noticias principales que aparecen en primera plana. Personalmente me centro en la tercera que es la que marca la línea filosófica del diario y en las noticias que me interesan, puesto que si tuviera

que prestar atención a todo no podría leer más de un periódico cada día. Por esta razón creo que el Boletín no debe contar con textos excesivamente extensos, sino que debe ser la acumulación de muchas noticias.

Algo que debe incluirse entre las páginas de un Boletín es la historia escrita y la historia no escrita, entendiendo por historia escrita las fechas y por historia no escrita las anécdotas, que es lo que se lee con más agrado. Nosotros estamos recopilando anécdotas de la vida de nuestra hermandad; estamos pidiendo a las personas mayores de la cofradía que nos cuenten historias antiguas, incluso cosas graciosas, que es lo que mueve a que el Boletín sea agradable y comunicativo.

Hoy día vosotros, los periodistas podéis hacer mucho en los Boletines cofrades puesto que el tema espiritual se ha alejado un poco, y se aleja cada día más, de las páginas de estas publicaciones, pero tenéis un campo muy bonito dentro de las cofradías y en los Boletines en el que podéis orientar y hacer importantes aportaciones. Si conseguimos entrar a través del Boletín en la casa de cada hermano, el Boletín puede ser un vínculo muy importante con la cofradía, importantísimo. Si el hermano coge el Boletín y ve que tiene tres poesías, una carta a los ojos verdes de la Virgen, otra carta sobre otro tema similar... acabará en la basura; si por el contrario transmite informaciones interesantes en las que se habla de esta o aquella persona, de como se resolvió un pleito con otra hermandad en el año 50 por el sitio o acerca de lo insólito de que la cruz se plantara en la Campana durante la Semana Santa de tal año. Esas cosas son las que lee la persona que tiene interés en la cuestión cofradera y es, en mi opinión, la única forma de que hagamos interesantes los Boletines.

Podría extenderme algo más, pero creo que con esto he sintetizado la idea que tengo respecto a lo que debe ser el Boletín de una hermandad y lo que vosotros, como periodistas y estudiantes de Periodismo, podéis aportar a las cofradías. Podéis realizar una labor muy importante y podéis orientar a los responsables de los Boletines para que hagan estas publicaciones más asequibles al cuerpo de hermanos; de esta manera realizaríais una gran colaboración en este orden de la vida social sevillana que son las cofradías.

Capítulo 11

Un Medio para los hermanos *

*Francisco Soto Delgado ***

Quisiera hablar del Boletín Cofrade pero, sobre todo, del Boletín de mi Hermandad. Espero que comprendáis y disculpéis las reiteraciones en que pueda incurrir a lo largo de mi exposición puesto que todos tenemos el mismo tipo de Boletín, se edita en las mismas fechas y queremos decir más o menos lo mismo.

En mi hermandad se crea el Boletín a finales de los años setenta y principios de los ochenta, por una simple necesidad de comunicación. Antiguamente las comunicaciones eran muy escasas porque la actividad de las hermandades hasta los años setenta no iba más allá de los cultos ordinarios y de los cultos extraordinarios que se establecen en las reglas, pero a partir de los años ochenta la hermandad surge como un núcleo muy importante dentro de la ciudad de Sevilla, donde se quiere fomentar el hermanamiento con otras hermandades; la convivencia con esas hermandades, las convivencias del día en la hermandad, las convivencias con el barrio y las convivencias, inclusive, con otras entidades como el Ayuntamiento, la Diputación, el Ateneo... o cualquier otro foro importante de cultura. Se proyecta el Boletín

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde las Hermandades» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Alcalde de la Antigua Hermandad y Cofradía de Nazarenos del Santísimo Cristo de la Fundación y Nuestra Señora de los Angeles.

porque hay que dar mucha más información al hermano. Se empieza con una pequeña hoja informativa en la que apenas hay publicidad y después conforme se va avanzando se va retomando el tema. Al principio era el secretario de la hermandad el que llevaba la dirección del Boletín –del que yo fui responsable como secretario de mi hermandad– y en dicha hoja informativa se indicaban los actos a celebrar y algunos pormenores más. Pero posteriormente ocurre que, como todo en esta vida, se va avanzando y avanzando a pasos agigantados, por lo que ya se necesita de una organización para hacer un buen Boletín donde se informe al hermano, donde se le dé al hermano una información muy detallada de los hechos que han ocurrido o que van a ocurrir, donde se le cite para que acuda a los actos a celebrar... Y esto ya necesita de una profesionalización. Como siempre hay algunos hermanos que tienen algunas ideas más avanzadas en la Comunicación, se nombra un director, se solicita una exención fiscal al Ministerio de Comunicaciones, Correos y Telégrafos para que el coste de enviarlos a la casa de cada hermano sea el menor posible –inicialmente era de 5 pesetas aproximadamente–. A continuación necesitamos un depósito legal, unas cabeceras donde se indique quien es el responsable y quienes son las personas que escriben en ese Boletín. Estos eran los requisitos para poner en marcha el boletín de nuestra hermandad y, como ya he dicho anteriormente, se empieza a hacer un boletín mucho más amplio.

Con nuestro Boletín pretendemos llegar a todo el cuerpo de hermanos y mantenerlos informados. Yo estoy de acuerdo con José María O’Kean en que la tercera página es la más importante, pero también es la más peligrosa porque tenemos que dirigimos a un colectivo donde todos tienen una opinión de lo que debe ser la Hermandad o de lo que quieren que sea su Hermandad y no siempre coincidimos todos en llevar a término el futuro de la Hermandad por la misma vía; unos quieren llegar más rápido otros queremos ir más despacio. Esta tercera página levanta apoyos y suscita numerosos comentarios, dependiendo de quien escriba y de como escriba.

También estoy de acuerdo en que el material fotográfico debe ser muy importante; deben incluirse fotografías antiguas, que existen y que todas las hermandades tienen en su archivo; tienen que incluirse también fotografías nuevas, modernas; ha de reservarse un lugar destacado para las anécdotas, sobre todo, porque el Boletín lo leen muchos niños y los hermanos más jóvenes de la hermandad que son quienes verdaderamente quieren conocer la historia y qué significa su Hermandad porque todavía ellos –por su edad– no han tenido las convivencias que podemos tener los mayores, ni visitan asiduamente la hermandad. Son estos jóvenes unos de los más interesados en indagar sobre la cofradía puesto que quieren saber que es y como funciona el lugar donde su padre o su tío les apuntó, donde besó por primera vez una regla o se vistió de nazareno. Es muy importante conocer la historia de la hermandad y el Boletín es una fuente de información importantísima y muy grata además.

También tengo que hacer algunos comentarios menos favorables para los Boletines. Actualmente hemos entrado en una competición para ver quien publica el Boletín más llamativo o extenso, de manera que escriben personas totalmente ajenas a la hermandad, artículos que no tienen nada que ver con la hermandad como poesías, letras de saetas, cantos a la Virgen... que son culturales, lo cual está muy bien, pero que no están relacionados con la cofradía y que si en alguna ocasión se incluyen no pasa nada, pero no deben constituir el grueso del Boletín, ni usarse para alardear de que el Boletín tiene cincuenta o sesenta páginas y, además, se edita en papel couché..., que lo único que hace es encarecerlo.

Nosotros sólo editamos dos Boletines al año, hecho con el que tampoco estoy de acuerdo porque pienso que la vida de una hermandad tiene que ser muy activa, muy viva, y continuamente ha de estar en evolución y el Boletín está muy condicionado por las fechas en que se edita por lo que no está en sintonía con esta continua actividad de la cofradía. Si se publica en diciembre para felicitar a los hermanos llega casi hasta mayo, que es el mes de María, y después entramos en los meses estivales en los que apenas tenemos actos. Finalmente se vuelve a editar en el mes de septiembre u octubre hasta finales de diciembre. Esto provoca por un lado que, en numerosas ocasiones, se realicen actividades que no van incluidas en la información que se le transmite a los hermanos a través del Boletín, y por otro, que haya que recurrir a los servicios de los profesionales de los Medios de Comunicación porque es la única vía que tenemos para hacerlo.

Como conclusión, apuntaría que es un Medio muy importante y muy necesario para la vida de la Hermandad por lo que esperamos que si alguno de ustedes pertenece a una Hermandad y algún día tiene que dirigir su Boletín, lo haga de la mejor manera posible.

Informar y formar *

Javier Criado **

El ser humano tiene tendencia a regodearse en su actuación; normalmente nosotros solemos hablar entre nosotros: los médicos —yo soy psiquiatra— de un tipo con lo médicos de ese tipo, los cofrades entre los cofrades, de tal manera que parece que intentamos pregonarnos a nosotros mismos lo que nosotros sabemos y conocemos. Si discrepamos no tiene más contenido que un chinchorroo humanitario y si estamos de acuerdo, simplemente sobra el coloquio. Vale lo expuesto para valorar que hay poca predisposición a entablar un diálogo con personas ajenas al mundillo cofrade y es de agradecer el interés a todos aquellos que les interesa este fenómeno del mundo de las cofradías y de las hermandades de Sevilla y que intenta una aproximación al mismo. Es una obligación propia de los cofrades mostrar desde qué punto de vista la vemos, la vivimos y la sentimos los que ahora y circunstancialmente tenemos una responsabilidad en su desarrollo.

Sin más dilación, me centro en el tema motivo del «II Encuentro Cofrade». Creo que cada hermandad tiene una idiosincrasia específica, una manera de ser, una manera de funcionar y una manera de andar, pero también tiene una impronta que

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde las Hermandades» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

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

le dan las personas que en ese momento la gobiernan, la llevan o la dirigen. Yo estoy absolutamente convencido de que el profesor Galbis da su impronta a la Hermandad del Cristo de la Buena Muerte, como José María O'Kean y el equipo con el que trabaja dan su impronta a la Hermandad del Valle y Francisco Soto se la da a la Hermandad de los Negritos.

Aunque no hace referencia específica al tema que nos ocupa, cualquier acercamiento a la Semana Santa os dirá que los cofrades somos muy puntillosos y muy chinchoreros, pero es justo que sepáis que realmente esto también está evolucionando mucho. Pongamos por ejemplo que en el «II Encuentro» nos hemos reunido la primera cofradía del Jueves Santo y la penúltima y última de este día que, como sabéis, la encabeza la Hermandad de los Negritos y la termina la Hermandad del Valle y por último la Hermandad de Pasión. Es un comentario muy común afirmar que cuando las hermandades se reúnen en el Consejo General de Cofradías se dedican a discutir sobre la hora, como anécdota puede resultar incluso curioso, pero para hacer justicia a la verdad hay que decir que las hermandades del Jueves Santo cuando se reúnen no discuten de hora y en este momento que tenemos un nuevo delegado al que se le ha aclarado que si alguna cofradía llega tarde en algún momento a algún lugar comprometido por ella misma las demás tienen absoluta conciencia de que habrá sido por algún imprevisto por lo que es absurdo tanto plantearlo antes como después puesto que cada una cumple con lo suyo de la mejor manera posible y así funciona el Jueves Santo de la Semana Santa sevillana.

En cuanto al tema específico de los Boletines, retomar la idea anterior de que cada Hermandad tiene su impronta y, además, cada junta de gobierno les confiere unas características determinadas. En mi opinión, los Boletines están hechos para cumplir dos funciones principalmente, como cualquier otro escrito. Por un lado, los Boletines sirven para comunicar una serie de informaciones y por otro, para formar. El acto informativo en las cofradías es fundamental porque, al igual que las hermandades se enquistan sobre ellas mismas, las juntas de gobierno también adolecen y han adolecido durante mucho tiempo de este mismo enquistamiento; de tal manera que existen los llamados capillitas —algunos prefieren la palabra cofrade— y el hermano de número que no está todo el día metido en la hermandad. Es falso afirmar que las cofradías funcionan con más de tres mil hermanos. Sirva de ejemplo la Hermandad de Pasión que tiene más de tres mil hermanos numerados; sin embargo no es cierto que todos ellos vayan habitualmente por la hermandad, a donde acuden en días muy concretos como el día de la función principal. Si este día alguien se acerca por el Salvador podrá comprobar que la parroquia está a rebosar y que, incluso, hay empujones porque hay una gran mayoría de hermanos que está presente. Es cierto que hay muchos hermanos que no pueden asistir por motivos de trabajo o porque están fuera, pero ese día es un día masivo. El Jueves Santo es un día relativamente masivo; considero que hay menos concurrencia que el día de la función

principal porque hay menor número de hermanos que salen en la estación de penitencia, aproximadamente novecientos hermanos incluyendo a los costaleros. Lo que sí está claro es que el capillita, el encendedor de velas, el que entiende de blondas y de figuras concretas es muy minoritario dentro de la hermandad. Además de estos hermanos, en la hermandad hay otros dos mil señores que no tienen esta vida.

En este sentido, yo creo que la labor fundamental de un Boletín es intentar integrar precisamente a esta gente en la hermandad para lo cual, gracias al Boletín, no hay que ir todos los días puesto que unos podrán pero otros no; unos tendrán tiempo, otros no lo tendrán y geográficamente a unos les vendrá bien y a otros muy mal. Yo siempre digo que puedo ser hermano mayor de Pasión sencillamente porque vivo en la Alfalfa. Realmente si yo viviera en otro sitio más alejado de la Alfalfa estoy absolutamente seguro de que no tendría capacidad cronológica de acercarme todos los días por la hermandad, ya que yo voy cada día, aunque sólo sean diez minutos, y luego regreso a mi consulta —a veces tengo a los pacientes allí, salgo por otra puerta y entro, con lo que nadie se da cuenta de que yo he estado en la hermandad—. Creo que tengo esa obligación, pero también sé que dicha obligación me es factible por la proximidad geográfica entre mi casa, la consulta y la iglesia donde está el Señor de Pasión. Por lo tanto a todos los hermanos no se les puede exigir esto. Y el Boletín tiene que comunicarse con ese hermano, tiene que integrar al hermano. Evidentemente cada uno lo ve desde su punto de vista, yo creo que psicológicamente el hermano tiene que saber como se está viviendo allí dentro y es aquí donde juega un papel fundamental la famosa tercera de los Boletines Cofrades o la página del hermano mayor que debe comentar, casi cotillear, sobre todo lo que ocurre en la hermandad.

Creo que esta labor de información es primordial puesto que nadie termina integrándose en un colectivo humano sino conoce a dicho colectivo. Uno se integrará en la hermandad a través de las imágenes pero, o se integra sólo con la imagen con lo cual tenemos un tipo específico de hermandad y un tipo concreto de Cofradía, o lo intentamos integrar con el colectivo humano que funciona allí e intentarlo integrar con el colectivo humano no es más que hacerle participe de lo que ocurre cada día. Y en la mayoría de los casos, el transcurrir diario de una hermandad no es más que el cotilleo o el compadreo, es decir, la noticia no exageradamente importante porque las noticias realmente importantes son las que se exponen en una convocatoria de culto.

La Hermandad de Pasión edita cuatro boletines anuales. El del mes de diciembre del 96 no nos ha costado prácticamente nada porque se ha realizado un estudio para los anunciantes. Como sabéis la cuestión económica en las hermandades es fundamental y una de las cosas que hay que buscar es “la plata con que

pagar". El primero del curso aparece septiembre y en él se anuncian los cultos a la Virgen en septiembre, así pues la primera información en esta edición es la convocatoria de cultos porque es a través de él como convocamos realmente a los hermanos. Pero como resulta evidente para eso no se edita el Boletín, por lo que hay que elaborar una tercera, una cuarta, una quinta, una sexta, una séptima y una octava en las que se explique y se diga todo lo que hay. A partir de aquí por medio de las fotos, por medio de lo que se escribe, por medio de lo que se insinúa... sólo se persigue un objetivo: integrar a la persona que no está integrada, lo que constituye el grueso del cuerpo de los hermanos, en el interior de ese colectivo humano que constituye la hermandad. Intentar diluir o solventar la dicotomía que existe entre juntas de gobierno o capillitas entendedores, puesto que el capillismo es muy de entender y de mantener un canon, y las personas que no tienen porque entender. Yo mismo puedo asegurar que nunca he sido un gran entendedor de nada y menos de mecánica intrínseca de montar un paso. Creo que si un paso de mi hermandad dependiera de mi habilidad manual o de mi criterio para adornar a la Virgen de la Merced, mi hermandad se encontraría en una muy precaria situación puesto que no me creo capacitado para realizar esas funciones. Esa integración entre el de fuera y el de dentro creo que es lo fundamental de la hermandad porque el que está en ese momento dirigiendo la cofradía lo primero que ha de hacer, en mi opinión, es ser gestor puesto que va a estar ahí un tiempo muy limitado, entre 4 y 8 años que es el tiempo máximo permitido en una hermandad -yo llevo 5 años porque acabo de ser reelegido-. Puesto que la segunda reelección no es posible, hay un máximo de 8 años. ¿Qué suponen 8 años en la historia de una hermandad? Realmente este tiempo en la historia de una cofradía no es nada, no es significativo. Sin embargo, una hermandad es un potencial que necesita muchas cosas, para las que ni siquiera se tiene capacidad económica y para que funcionen hay que saberlas gestionar. Esa mentalidad de gestor en cuanto a los Boletines se refiere no es más que la capacidad de que la información llegue a todos y cada uno de los hermanos y que ese llegar no sirva solamente para conocer, porque el conocimiento en la hermandad es muy relativo y muy concreto a la vez y desde luego poco rico de viveza psicológica, sino para la integración en ese mundillo interno de la Hermandad del que antes hemos hablado. Y de esta manera hacer desaparecer la, ya también mencionada, dicotomía entre capillita y hermano no cofrade o no capillita pero también hermano de la cofradía.

**Catolicismo, estructura informativa y
Boletines de Hermandades ***

*Dr. Ramón Reig ***

El título es amplio conceptualmente, muy amplio, pero voy a atreverme a lanzar una hipótesis de trabajo que relacione los tres elementos que encabezan estas líneas. Lo que propongo, como objetivo central, es que los Boletines de las Hermandades y Cofradías sevillanas incidan mucho más de lo que ya lo hacen en temas relacionados con la Comunicación y la Información. ¿Por qué? Porque vivimos en una sociedad donde los mensajes que emanan de la estructura informativa, es decir, de todo ese entramado de poder socioeconómico y de intereses políticos que está detrás de la industria informativa, esos mensajes, decía, por una parte, llegan hoy hasta el cerebro de la población infantil antes y en mayor medida que los mensajes escolares o los familiares¹. Por otra parte, dichos mensajes crean arquetipos a seguir y estimulan conductas incluso utilizando la imagen infantil para llevar a los adultos a un consumo que, no pocas veces, se convierte en fin y no en medio de supervivencia. Un ejemplo de la utilización infantil para, en el fondo, apremiar el consumo de los adultos, lo puede ver el lector en el anuncio publicitario

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

** Profesor Titular de Estructura de la Información Periodística en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

¹ Véase, por ejemplo, para ampliar esta afirmación, ESTEINOU MADRID, Francisco Javier: *Economía política y medios de comunicación*, Ed. Trillas, México, 1990.

que reproducimos y que, en este caso, se refiere a una marca automovilística: Peugeot (véase ilustración 1 al final de este capítulo).

Asimismo, añadamos a lo anterior que, en la actualidad, al menos la mitad de los hogares españoles cuenta con más de un televisor y que Andalucía ha competido en los años más recientes y, como digo, en la actualidad, con Madrid, en la disputa por ser la Comunidad Autónoma cuyos habitantes más horas ven la TV: unos 220 minutos/día². Evidentemente, considero al televisor como la expresión máxima, el producto máximo y final, de una estructura informativa. No obstante, alguien podría indicarme que los Boletines de las Hermandades se insertan en un mundo religioso, en este caso católico, y que sobre qué base religiosa iban a actuar para ampliar o registrar temas como el que propongo que, en el fondo, viene a ser como la vida misma o, al menos, una parte muy amplia e importante de la existencia del ser humano en sociedad.

Bien, busquemos un sólido basamento. El 16 de febrero de 1982, el Papa Juan Pablo II, les decía en Lagos (Nigeria), a los periodistas africanos: *"Sabemos que en nuestros días hay en este sector [el de la comunicación social], como en otros, desequilibrios peligrosos que han denunciado las organizaciones internacionales. Puede verse en el mundo de la prensa, de la radio, de la televisión, ejercer desde el exterior presiones por las cuales los países más poderosos tienden a imponer no sólo su tecnología, sino también sus concepciones. Por esta razón estimo que es importante afirmar que el buen uso de los Medios de Comunicación de Masas puede ser, precisamente porque pueden convertirse en medios de presión ideológica, un instrumento de salvaguarda de la soberanía nacional. Pues esta presión ideológica es más insidiosa que muchos de los Medios de coerción más brutales"*³.

Evidentemente, el Papa hablaba en el Tercer Mundo, donde la colonización socioeconómica y comunicacional es muy considerable. Pero, en esencia, su reflexión es aplicable a un país como España, cuya estructura informativa ofrece mensajes de procedencia foránea que van generando unas formas de comportamiento o, al menos, reforzando las potencialmente existentes y accionándolas para que actúen. Y, en buena medida, esos comportamientos que se observan no son precisamente positivos para la comunidad. En definitiva, el Papa estaba tratando sobre los

² Sobre este tema, ya el 29/8/1995, el diario ABC (p. 84), titulaba una información: "El televisor, objeto de deseo". Y subtitulaba: "El 99,3 por ciento de los españoles dispone de este aparato, y el 49,9 cuenta con más de uno". Poco después, este porcentaje era rebasado (véase el anuario *Comunicación Social/Tendencias 1996*, Fundesco, Madrid).

³ En, M'BOW, Amadou Mahtar: *Información y Comunicación en el mundo contemporáneo*. Cuadernos de Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Sevilla, 1989, pp. 25-26.

desequilibrios en materia de flujos informativos pero también sobre los efectos de los mensajes de los Medios de Comunicación Social, tema del que se ocupan ampliamente los expertos⁴.

De otro lado, y junto a las referencias habituales que responsables del clero desarrollan en diversos foros en relación con el tema, reflejemos aquí que incluso un sector de la Iglesia católica española cuestionó abiertamente ciertos aspectos de la línea programacional que seguía la Cadena COPE, propiedad de la Iglesia misma, como es sabido. Joan Carrera, obispo auxiliar de Barcelona, declaró en relación con las tertulias radiofónicas: "*Quiero ceñir mi crítica a estas tertulias, no a toda la programación*". Estimaba Joan Carrera que no cumplían las tertulias el ideario de la COPE, circunstancia que consideraba "*un escándalo*". Y añadía: "*Si uno no es afín a determinada línea política no puede escuchar esos programas porque ofenden y hieren. A mí, concretamente, me hieren como catalán, como ciudadano y como obispo. Como obispo, por el maridaje entre Iglesia y PP que hace la cadena*"⁵. De nuevo aparecía una preocupación en altas esferas de la Iglesia católica por los efectos de los mensajes derivados de la estructura informativa.

Desde el punto de vista legal, se incumple la legislación cuando, por ejemplo, se utilizan símbolos o personajes religiosos (monjas y sacerdotes, sobre todo), para, de forma jocosa, emitir publicidad o cierta programación, o cuando se interrumpen programas infantiles para insertar publicidad o cuando se inserta ésta en el mismo programa de forma explícita. La Ley 25/1994, de 12 de julio, "*por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE sobre coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros [de la Unión Europea] relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva*", indica, por ejemplo, en su artículo 9 punto 1 que será publicidad ilícita, entre otra, aquella que "*atente al debido respeto a la dignidad humana o a las convicciones religiosas*"⁶.

Es decir, repito que hay por tanto razones de peso para que los Boletines de las Hermandades de Sevilla recojan en sus páginas análisis de sus hermanos y hermanas sobre este fenómeno que nos envuelve a todos y que conecta con el sentir

⁴ Véanse por ejemplo, WOLF, Mauro: *Los efectos sociales de los media*, Ed. Paidós, Barcelona, 1994; BONILLA VÉLEZ, Jorge Iván: *Violencia, medios y comunicación. Otras pistas en la investigación*, Ed. Trillas, México, 1995; JENNINGS BRYANT y DOLF ZILLMANN (compiladores): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Ed. Paidós, Barcelona, 1996.

⁵ Véase "El obispo auxiliar de Barcelona acusa a la COPE de 'maridar Iglesia y PP'", en *El País*, 25/1/1996, p. 35.

⁶ Véase el BOE, núm. 166, miércoles 13 de julio de 1994, pp. 22.342-22.348.

cultural en su parcela religiosa. Mucho más cuando el Senado, a través de la Comisión que encabezara la profesora Victoria Camps y que se encargó de analizar los mensajes televisuales, publicó en su día sus trabajos que recogían conclusiones como éstas: “Los contenidos televisivos son, hoy por hoy, una mercancía sujeta a las necesidades o caprichos del mercado que compite sobre todo por recabar más audiencia sin valorar demasiado los medios que utiliza para ello”; “la participación ciudadana en la cuestión de los contenidos televisivos es débil”; “invertir en cultura es invertir en formación y, por lo tanto, en economía”; “tan absurdo es magnificar los efectos posibles de la televisión, como trivializarlos”⁷.

Además, se trataría de que los Boletines sevillanos de hermandades y cofradías intensificaran un hecho que ya estamos comprobando: una mayor sensibilidad hacia los problemas del entorno en el que se desenvuelven, que se concreta, por ejemplo, en los llamamientos que llevan a cabo algunos de estos Boletines a que la mujer intensifique no sólo en forma sino en fondo su participación en las hermandades⁸.

Y es que esta sensibilización ha ido en aumento desde el final de la etapa franquista hasta la actualidad, conectando de alguna manera y en algún porcentaje con la tendencia que hemos podido observar en la prensa andaluza. Como uno de los primeros ejemplos del tal cambio en época posfranquista, reproducimos una portada de la revista *Tierras del Sur* que, dirigida por el periodista, sacerdote, pregonero de la Semana Santa de Sevilla e Hijo Adoptivo de Sevilla, José María Javierre, se publicó entre 1976 y 1979 (véase ilustración 2 al final de este capítulo). En su interior, un texto pretendía que el hecho religioso andaluz se incrustara en los problemas sociales: “En estos días de Semana Santa caen sobre nuestro suelo las sombras de la cruz que nuestros hombres llevan por dentro. Con la sombra de la cruz cae sobre nuestro suelo el sudor, y las amarguras, y el llanto (...). Santo Suelo de Andalucía: Un día llegará también para tus gentes la gran alegría de la Resurrección”⁹.

Se trataría, con la hipótesis que propongo, de proseguir en esta línea, siendo absolutamente permeables a los problemas sociales, morales y religiosos y, en este caso, otorgando cabida en las páginas de los Boletines de las Hermandades al fenómeno de los mensajes derivados de la estructura informativa de los Medios de

⁷ Véase *Boletín Oficial de las Cortes Generales: Senado V Legislatura*, “Informe de la Comisión Especial sobre los contenidos televisivos del Senado”, núm. 262, 11 de abril de 1995.

⁸ Véase el *Boletín Siete Palabras*, núm. 42, Febrero de 1997, editorial “Un medio para desarrollar la sociabilidad”, en p. 2.

⁹ *Tierras del Sur*, núm. 93, 29 de Marzo de 1978, p. 3.

Capítulo 14

Un contacto con periodicidad variable *

*Julio Martínez de Velasco ***

El Boletín de Hermandad es un Micromedio de Comunicación. Hace años que vengo llamando la atención sobre este curioso fenómeno de los Boletines de Hermandades, en mi opinión, de extremo interés y digno ya, después de los años transcurridos desde que tal fenómeno apareció, de un serio estudio que sugiero debe ser emprendido por los especialistas competentes y que merced al «II Encuentro Cofrade» se van recopilar y vamos a sacar muchos datos interesantes. Como ejemplo de aquellas mis llamadas de atención sobre este tema periodístico-cofradiero traigo a vuestra memoria el volumen número nueve de la serie Testimonio Universitario, editada por el Secretariado de Publicaciones de esta Universidad y de título “Las Cofradías de Sevilla en el siglo XX”, en el que aporté datos sobre el tratamiento que la prensa sevillana había dado a lo largo del siglo actual a la Semana Santa y en el que al constatar que la transición política en vez de suponer un receso de la actividad cofradiera —actividad supuestamente conservadora, retrógrada, tradicional y aún contrarreformista— como parecía presumible ante la tan deseada apertura progresista y liberadora del anterior autoritarismo, por el contrario el mundo cofrade sevillano experimentó una ebullición imprevisible y un desarrollo

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos por sus responsables», celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Subdirector del Boletín de la Primitiva, Pontificia y Real Hermandad de Nazarenos de la Sagrada Entrada en Jerusalén, Santísimo Cristo del Amor, Nuestra Señora del Socorro y Santiago Apóstol.

de actividades, entre las que no ocupa un pequeño lugar la manifiesta eclosión de Boletines de Hermandades que constituyó un fenómeno absolutamente inimaginable unos años atrás.

En efecto, una tras otra, las cofradías comenzaron a tomar contacto periódico fuera de la Cuaresma con los hermanos a través de un Boletín propio, de periodicidad variable pues de una a otra hermandad; los había de periodicidad desde mensual hasta anual, y en el que difundían su historia, cultivaban la literatura lírico-cofradiera, comunicaban avisos, hacían crónicas de sus actividades y convocaban cabildos, cultos y otros actos.

Esta eclosión fue de tal magnitud que se puede afirmar que casi todas las hermandades de penitencia optaron por disponer de su propio Boletín periódico e, incluso, algunas hermandades de gloria, pudiéndose afirmar que tal hecho constituyó regla general cofradera durante los años de la transición política y regla general confirmada por las inevitables excepciones, hay un par de cofradía que, por sistema, no quieren hacer Boletín.

No hubo duda que la mera existencia de más de medio centenar de publicaciones periódicas de este tipo, supuso un índice inequívoco de una vitalidad nunca antes alcanzada en las hermandades.

El inconveniente que se le puede advertir a estas publicaciones es que su difusión está limitada a los hermanos de cada corporación por lo que los demás sevillanos no tenemos fácil acceso a ellos, perdiéndonos sabrosos artículos sobre las hermandades en cuestión. Sé de varias que tienen hermanos pacientemente dedicados a investigar en el archivo propio y que escriben en sus Boletines muy interesantes artículos sobre la historia de su hermandad, cuyo interés traspasa los límites de la corporación y debe ser propagable al mundo cofrade sevillano por lo que su difusión se hace, más que conveniente, necesaria. No estaría de más que alguien publicara los sumarios o, al menos, índices anuales del contenido de los Boletines o que reprodujera lo a su juicio seleccionable y merecedor de ser conocido fuera de los límites de una determinada hermandad de penitencia.

Como responsable del Boletín de la Hermandad del Amor informo que el número uno salió de prensa en enero de 1981 contando pues en 1996 con quince años de existencia; va por el número 50. Nació por iniciativa de su junta de gobierno en seguimiento de la corriente entonces manifiesta de profusión de los Medios de Comunicación impuesta por las nuevas formas de vida de nuestra sociedad. La extensión y difusión de los núcleos de población debida al éxodo de los ciudadanos del centro hacia barrios periféricos; así como el incremento de la nómina de hermanos, aumentó la distancia física entre nuestros hermanos y se corría el peligro de disgregación por distanciamiento. Fijáos que antaño los cofrades estaban vinculados a su hermandad bien por gremios, bien por barrios, pero siempre solía darse la proxi-

midad física, la vecindad. Ello parece consustancial con la agrupación fraterna que es una cofradía. La lejanía domiciliaria de muchos hermanos podría distanciar ya no física, sino cordial y afectivamente de la hermandad, debilitando así la asiduidad en la asistencia a cultos y otras actividades cofradieras en los que la comunicación directa es vehículo de conocimiento y de información. El remedio a esta situación fue la creación de un Boletín en cuyas páginas se recogieran avisos, comunicados, crónicas y otras informaciones, amén de cuantas colaboraciones quisieran aportar los hermanos.

El primer número del Boletín del Amor fue dedicado a la buena memoria de nuestro hermano Rafael Salvateya Gago, quien durante muchos años durante la década de los cincuenta y sesenta editó una hermosa revista anual de Semana Santa con el mismo título "Amor". En tal dedicatoria se decía que el recién nacido Boletín debería servir para apretar nuestros lazos de cofrades, conocernos mejor y servirnos más los unos a los otros, asistir con asiduidad a todas nuestras actividades y, en definitiva, vivir en verdadera hermandad cristiana.

La experiencia de estos últimos lustros confirma la eficacia de los Boletines. Muchos están impregnados de contenidos que exceden de los límites semanaseros o de exaltación procesional triunfalista siempre de un talante un tanto pregonero. Para todo periodista los Boletines de Hermandades son especialmente útiles porque la atención que los Medios de Comunicación, sobre todo de publicaciones con vistas a un mercado más o menos turístico a la Semana Santa de Sevilla, suele abundar en los aspectos externos, casi exclusivamente procesionales o artísticos, que las más de las veces son de común conocimiento, pero si el periodista quisiera conocer las hermandades en su intimidad, hemos de reconocer que la ventanita que nos descubre sus interiores domésticos, son sus propios Boletines. De ahí, la importancia de éstos para nosotros los periodistas, y no sólo para el ámbito periodístico, sino para el conocimiento, análisis e investigación del fenómeno cofradiero, un fenómeno hoy ya íntimamente unido a la cultura, la sociología, las artes y la idiosincrasia sevillana y andaluza en general.

Tecnológicamente los Boletines de las Hermandades, por lo general, dejan mucho que desear. Hay que tener en cuenta que no están concebidos, confeccionados y redactados por profesionales. Suelen estar mal redactados; un corrector de estilo seguramente entraría a saco en la mayoría de los Boletines pues están escritos por unos hermanos muy entusiastas, pero de un nivel cultural variadísimo y de unas profesiones muy ajenas al Periodismo, casi nunca con una formación literaria. La inmensa mayoría de los Boletines, según el testimonio del regente de una imprenta, son entregados a ésta sin ni siquiera diagramar. Esta función tan importante, como podréis comprobar al usar la tecnología de la información, la suele realizar la propia imprenta; de forma que no se tienen en cuenta ni espacios blancos, ni volúmenes de fotos, ni precisión de titulares, ni ladillos, ni entrefiletos ni la conveniencia de

recuadros; hasta pueden meter en un mismo número, como yo lo he visto, varias familias de letras.

En cuanto a su periodicidad los hay desde mensuales hasta anuales. No pocos son semestrales y muchos trimestrales o cuatrimestrales; pero esto no quiere decir que se publiquen cada tres o cuatro meses sino que salen cuatro o tres al año aunque en un mismo cuatrimestre salgan dos. Por ejemplo, el Boletín de la Hermandad del Amor saca un número entre enero y marzo para difundir entre sus hermanos la convocatoria de sus cultos cuaresmales que suelen estar prescritos por sus reglas y en el que se dan instrucciones para efectuar la estación de penitencia, se da el calendario del reparto de túnicas y de saque de papeletas de sitio; otro número sale entre abril y junio en el que se hace la crónica de la estación de penitencia y se anuncian actividades primaverales como las primeras comuniones y otros actos, y un tercero que abarca de julio a diciembre en el que se anuncian los cultos a la Virgen titular coincidentes alrededor de la fiesta de la Inmaculada antes o en su octava. En el Boletín del Amor no publicamos actividades personales de los miembros de la junta de gobierno —no hay inciens—, ni sus fotografías —no hay incienso—, ni les hacemos entrevistas —nada—, y eludimos la publicación de firmas, salvo que se viertan opiniones personales cuestionables pues entonces el que escribe debe dar la cara firmando. Con tal medida aparentemente dirigida contra el plurito vanidoso de la firma para los que no son profesionales, tenemos santa excusa para rechazar amigablemente el chaparrón de versos de poetastros que descargan sobre todas las publicaciones semanaseras pues las cofradías y el Rocío, más aún que la Feria de Abril, atraen a los poetas más que la miel a las moscas.

Capítulo 15

Alentar la participación *

*José Luis Ruiz Ortega ***

Los Boletines nacen de la necesidad y el interés que tienen las hermandades por establecer un vehículo de comunicación con los hermanos. Esa necesidad se la plantean en un determinado momento, cuando se está pasando por un proceso de renovación, que desde el punto de vista doctrinal, parte de la intención de acomodarse a la doctrina del Concilio Vaticano II, y a finales de los años setenta, las hermandades dejan de ser patrimonio de algunas familias y comienzan una apertura al conjunto de los hermanos y sobre todo a la juventud encuadrada en esas hermandades. Los Boletines responden al deseo de participar en la vida y la gestión de la hermandad por parte de los hermanos y también a un propósito de la junta de gobierno, que es el de alentar esa participación. Se entendía en aquel momento que para fomentar su integración había que dar a conocer todas las actividades que desarrollaba la hermandad a lo largo del año, toda vez que en aquellos momentos es cuando las hermandades empiezan a desarrollar una vida a lo largo de todo el año porque entonces las hermandades vivían desde enero hasta que llegaba

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos por sus responsables» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director del Boletín de la Ilustre y Fervorosa Hermandad Sacramental y Cofradía de Nazarenos de Nuestro Padre Jesús de la Salud, María Santísima de la Candelaria y Nuestra Señora del Subterráneo.

la feria y desaparecía toda vida en la hermandad; estamos hablando de un tiempo que aparecen junto a los Boletines, otro tipo de elementos en las hermandades como son las casas para fomentar la convivencia y la participación, las juntas auxiliares, los grupos jóvenes y también surgen las primeras cuadrillas de hermanos costaleros.

Los Boletines no surgen espontáneamente, sino que hay una evolución desde unas primeras Hojas Informativas que algunas hermandades empezaban a enviar a sus hermanos, e incluso hay algunos precedentes como los actuales; destacaría dos: uno editado por la Hermandad de la Macarena, allá por los años 30; y otro que imprimieron las Hermandades del Martes Santo, por los años 50, y que recientemente recordaba Paco Ferrán, que fue hermano mayor de la Hermandad de Santa Cruz, en el número extraordinario editado por la Hermandad de la Candelaria con motivo de su setenta y cinco aniversario. Algunos de los Boletines han cumplido ya sus veinticinco años, como el de la Hermandad de la Carretería, que va por el número 124 y se publica desde 1971.

Los Boletines constituyen igualmente un medio para dar respuesta a un objetivo planteado por las hermandades en aquel momento que era la formación de los hermanos; esta es otra de las novedades que se producen en los años setenta. La formación reside en tres aspectos fundamentales: la religiosa, la histórica y la cultural o simbólica.

Debido al despoblamiento del casco histórico la mayoría de nuestros miembros no son vecinos ya ni de la parroquia, ni del barrio, como eran antes, y surge la necesidad de mantener una Comunicación porque se había roto la convivencia diaria. Esta situación llegó a preocupar bastante al mundo cofradiero, es decir la de la erradicación de los miembros de las hermandades, que incluso tuvo su manifestación en el pregón de la Semana Santa que pronunció don José Sánchez Dubén, en el año 1970, que fue el primero que se pronunció en el teatro Lópe de Vega; decía en su pregón: *«No cabe duda de que en nuestra Sevilla, que desgraciadamente se nos cae, se ha impuesto por necesidad, de varios años a esta parte, un trasiego de viviendas que hace que familias enraizadas en un barrio se vean obligadas a su traslado a otro extremo de la ciudad, e incluso fuera de ella, aunque se le siga llamando Sevilla. Resulta prácticamente imposible que esos hermanos cuando finalizan su diario trabajo puedan acudir con frecuencia a convivir siquiera un rato en el ambiente de la hermandad».*

La hermandad que hasta los años cincuenta era casi familiar, vecinal, del barrio, se convierte en una asociación extendida por el tejido urbano e incluso periurbano. Quisiera aportar aquí algunos datos de lo que yo puedo conocer que es la Hermandad de la Candelaria, donde de los 2.464 hermanos que posee la hermandad en el listado que he manejado, exactamente el 9,29% vive en la feligresía de San Nicolás y en el distrito postal de esta parroquia; el 19,23% reside en lo que es el

casco antiguo, en la Sevilla intramuro; casi la mitad de los hermanos, el 45% vive ahora mismo en un arco que rodea el casco entre lo que es la ronda histórica y lo que es la segunda ronda, es decir la del Tamarguillo, desde el Porvenir hasta Pino Montano, y si a eso le sumamos los que viven en Triana y Los Remedios, se llega hasta el 55,79%, es decir la mayor parte de ellos no viven en el espacio más próximo a donde radica la hermandad, pero además el 10,35% tiene sus domicilios en localidades que forman parte del área metropolitana de Sevilla, destacando las poblaciones de la comarca del Aljarafe donde vive el 7,51% y la localidad de Dos Hermanas donde habita el 2,31%; cerca de un 3% está repartido en otras provincias andaluzas y otras comunidades del Estado e incluso en el extranjero.

La publicación de los Boletines se ha extendido prácticamente a todas las hermandades, aunque hay un par de excepciones, incluso a las de gloria y curiosamente a todas esas prohermandades, asociaciones parroquiales, asociaciones de fieles que se están constituyendo en ese cinturón de la periferia sevillana, las cuales una de las primeras cosas que llevan a cabo es la publicación de un Boletín. Señalar dos: uno, el de la Humilde y Fervorosa Agrupación Cofrade del Santísimo Cristo de la Clemencia, María Santísima de la Fe y Entrega y Virgen Milagrosa, que es una asociación que hace un Vía Crucis por la zona de Pino Montano-La Salle; otro, el la Hermandad de Nuestra Señora del Sol, que se ha constituido en la zona del Juncal muy recientemente y acaba de editar, a finales de 1996, una primera hoja informativa al estilo de un Boletín.

Para analizar si los objetivos anteriormente expuestos se cumplen en los Boletines tenemos que estudiar los contenidos y ver si efectivamente estos responden a esos fines que se perseguían. Entiendo que los contenidos de los Boletines se pueden dividir en tres apartados:

El primero sería el de información a los hermanos, que se refiere en este caso a los cultos que celebra la hermandad, que cada vez se van haciendo más numerosos. En segundo lugar, hay una información importante que son las convocatorias de cabildos generales, ordinarios o extraordinarios, de cuentas, de elecciones y de salidas; en tercer lugar estarían las convocatorias de los actos culturales que celebran cada vez más las hermandades: conferencias, charlas, conciertos, etc. Otra parte destacable de la información es la relativa a la estación de penitencia, donde entraría la fecha y reparto de las papeletas de sitio, normas que regulan la estancia a la catedral e incluso una cosa que se está poniendo de moda en los Boletines, que he visto reflejado en algunos de ellos, que es un artículo donde se le informa a los hermanos como vestir correctamente el hábito nazareno. Después suelen aparecer una serie de secciones fijas con noticias y anuncios de las distintas dependencias que gestiona la organización de la hermandad, fundamentalmente son dos: mayordomía y secretaría. En algunas ocasiones aparece también la sección fija de la bolsa de caridad o el organismo que en cada hermandad se encarga de los

aspectos benéficos y sociales. La información de juventud, de los grupos jóvenes, suele ser también una sección fija, donde se incluye una constante llamada a la participación organizada por y para los jóvenes, como formar parte del coro y la banda, concursos de cultura cofrade, etc. Hay otra sección, que es la que se suele llamar noticiario o vida de hermandad, donde se recoge el acontecer diario de la cofradía, incluyendo por ejemplo la relación de hermanos y hermanas que cumplen las bodas de oro o de plata, excursiones y peregrinaciones, etc. A veces también se incluye información general sobre el mundo cofrade. A la vez se cuenta normalmente con reportajes destacados en la vida de la hermandad: hermanamientos, participación en exposiciones, apadrinamiento o amadrinamiento de nuevas hermandades, concesión de distinciones... Es frecuente encontrar la publicación completa de la memoria del curso cofrade y excepcionalmente los presupuestos anuales de la hermandad. No falta el recuerdo a los hermanos que fallecen y si ha sido hermano destacado se le dedica un amplio espacio en la sección que se titula «In memoriam»; en ocasiones se publican noticias, avisos y convocatorias ya no de la hermandad sino de la comunidad parroquial donde ésta reside.

A veces hemos visto que la información es muy rígida y oficialista. Hay Boletines que parecen que están orientados hacia el estilo de Boletín Oficial de la Hermandad, como si fuesen Boletín Oficial de la Junta o Boletín Oficial del Estado. De ello puede ser muestra una nota que apareció en el mío, en el de la Hermandad de la Candelaría, durante dos años; decía lo siguiente: *«Rogamos a nuestros hermanos que no dejen de leer el Boletín en todo su contenido, especialmente las notas informativas de cultos y otras; con ello pretendemos que estén informados de cuantas actividades desarrolla la hermandad, evitando que por falta de conocimientos de ellas, se hagan inútiles reclamaciones y preguntas. Es obligación moral de todo hermano, el prestarle atención al Boletín que publica nuestra hermandad».*

Por último decir respecto a la información que debido a la producción de secciones y apartados, es frecuente también que se repita la misma información varias veces en el mismo Boletín, aunque en apartados distintos.

El segundo de los objetivos que se plantean las hermandades con el Boletín es la formación cofrade. Metería dentro de ello, en primer lugar la editorial que aparece en todos los Boletines, la cual es firmada con frecuencia por el hermano mayor y en el caso que no la firme éste es porque el hermano mayor suele tener una sección fija en el Boletín. La formación de carácter religioso se lleva a cabo mediante artículos elaborados por el director espiritual; son habituales los escritos diocesanos que emanan de la autoridad eclesiástica, de ámbito cofraderío o no, anuncios o celebraciones de la Iglesia diocesana y universal, comentarios evangélicos y litúrgicos, artículos sobre el sentido de las oraciones, explicación de las devociones y significación de las advocaciones de los titulares de la hermandad e incluso comentarios sobre las propias reglas de la hermandad.

Otra sección habitual suele consistir en comentarios de fotografías antiguas de la cofradía, documentos para el recuerdo, análisis del patrimonio artístico de la hermandad, estudio sobre la arquitectura y arte del templo donde radica la corporación y simbología y significación de las insignias cofrades. Este es un apartado que está últimamente de moda. Y dentro de un saco que lo llamaría cultural, más amplio, hay cosas como hemeroteca con artículos publicados sobre la hermandad en otros Medios de Prensa, crítica de libros cofradieros o religiosos, cita de la hermandad en la literatura, música cofradera especialmente aquellas marchas dedicadas a la corporación, la hermandad en los pregones de Semana Santa que consiste en hacer una recopilación de las citas de los pregoneros sobre los titulares de la hermandad, tradiciones de la hermandad y del barrio. Especialmente tiene una sección muy bonita el Boletín de la O, que se llama «Nuestras raíces» sobre la vinculación de la hermandad con el barrio. A veces a través del apartado cultural se incluyen artículos de temática cultural y no cofrade, incluso hay una hermandad, como es la de la Carretería, que mantiene un aula de cultura, que es la única que conozco, y la misma tiene un espacio dedicado en su Boletín. Y dentro de la formación, incluiría también una serie de entrevistas, de una galería de personajes, unas veces hermanos, otras no tienen porque serlo sino cofrades destacados en alguna faceta de la Semana Santa, por donde desfilan pregoneros, vestidores, orfebres, priostes, músicos, etc.

Yo creo que esas son las secciones principales: las de información y la de formación. Aparte de eso, he visto algunas secciones como el rincón poético, habiéndolos de todos los niveles y gustos, pudiéndose encontrar en los Boletines desde poetas de reconocido prestigio, que publican trabajos dedicados directamente a la hermandad o no, hasta el cofrade aficionado al ripio justificado en alguna ocasión como una promesa a los titulares. Otro apartado es el de las colaboraciones de escritores o personas eruditas en temas cofrades que participan en el Boletín sin ser hermanos; en muchas ocasiones se repiten las firmas, porque son especialistas en algún tema fijo, como Martín Calvo Palomo, entendido en la cerámica para las cofradías. También en algún Boletín hemos visto cartas al hermano mayor, una equiparación a las cartas al director de los periódicos generales. Destacar una sección que publica el Boletín de la O y que se llama «Cofradas», que no es un término novedoso, no es un neologismo, sino es la palabra con que las reglas primitivas que conserva la hermandad, que datan de 1566, se designan a las hermanas de la hermandad, donde se recoge la vida de la mujer en la misma.

Con respecto a la presentación, decir en primer lugar que algunos Boletines cuentan con un nombre propio, como «Esperanza nuestra», «Trinidad», «Mediatriz», «Carretería», «Siete Palabras», «El Nazareno». Salvo algunas excepciones los Boletines actualmente están editando a color las fotografías de los titulares que se publican con motivo de las convocatorias de cultos y en las portadas curiosamente se han ido repitiendo los mismos motivos, generalizándose en un momento la orla

rodeando una fotografía, en otras se puso de moda el dibujo del nazareno respaldado por la torre de la iglesia donde la hermandad radicaba y es curiosa la reproducción de motivo cerámico enmarcando fotografía de los titulares. En cuanto al número de páginas varían en función de los contenidos y los costes de edición, pudiendo estar entre dieciséis y las sesenta páginas, salvo casos excepcionales; los que publican las hermandades de gloria cuentan con menor número de páginas y menos profusión de color. La periodicidad es variable y la más frecuente creo que es la edición de dos números en el curso cofrade entre octubre y junio. La fecha de publicación no suele ser fija, aunque sí suele estar establecida por los cultos principales de la hermandad y por casi la Cuaresma con la finalidad de tratar todo lo relacionado con la estación de penitencia. En cuanto a la tirada, no aparece en la ficha técnica frecuentemente, aunque a veces sí y está entre los mil y tres mil ejemplares.

En cuanto a la dirección del Boletín se ha ido imponiendo en los últimos tiempos el nombramiento de un director que puede pertenecer o no a la junta de gobierno y en el caso que no fuese de la misma, ésta designa un coordinador que sea de la junta, constituyéndose con frecuencia en los últimos tiempos un Consejo de Redacción formado por hermanos miembros de la junta y algún cofrade destacado. Sólo he visto en un caso —puede que haya más— que un Boletín tenga censura eclesiástica, siendo el Boletín de la Carretería.

La publicidad en algunos Boletines se incluye en el interior, en forma de pie de página, media página o página completa y normalmente suele ser a dos tintas. Es habitual reservar la contraportada para incluir publicidad. Por lo general lo que se anuncian son comercios del barrio donde radica la hermandad, negocios de hermanos y entidades bancarias que sufragan una parte importante del boletín.

El Boletín de la Candelaria empieza a editarse en 1971. Es uno de los pioneros. Se imprimió el primero con motivo de la celebración del cincuenta aniversario de la hermandad. Un Boletín que ahora cumple sus bodas de plata. En el editorial del primer número se decía que se editaba con la intención de servir de acercamiento entre la junta de gobierno y los hermanos. Inicialmente se encargó de su preparación una persona valiosísima, muy querida en la hermandad, un hermano antiguo, de 1945, mecánico ajustador, que en aquél momento formaba parte de la junta, permaneciendo en la tarea durante diecinueve años; me estoy refiriendo a don Manuel Campos, incorporándose en 1987, Antonio Rivera. Al comienzo se editaba uno al año, apareciendo una fotografía en blanco y negro en la portada que se efectuaba en imprenta en papel «cuché», mientras que el interior se imprimía a ciclostil. Desde 1983, la hermandad pensó complementar el Boletín con unas hojas informativas que eran más baratas y más ágiles, permitiendo comunicar cualquier información a los hermanos con mayor facilidad, habiéndose editado hasta finales de 1996, un total de treinta y tres. Desde 1986, ya se insertaron varias fotografías. A partir de 1991, el Boletín comenzó a editarse en color; se estableció un equipo de

coordinación constituido por cuatro personas y además se publican ya dos números por año; empiezan a aparecer textos destinados a la formación, firmados por no hermanos de la hermandad. La Junta nombró por primera vez en 1994 un director, que en este caso recayó en mi persona, y al no formar parte de la junta se designó a Manuel Carmona Rico, consiliario primero, como coordinador; aunque no está constituido como tal tenemos un equipo fijo que hace las funciones de Consejo de Redacción. Hasta la fecha se han publicado veintisiete Boletines.

Un vínculo necesario *

*Javier Gutiérrez Rumbau ***

Empezaría por la reflexión que cualquier junta de gobierno se hace cuando toma posesión y es en cuanto al tema del Boletín: qué papel debe tener el Boletín en la hermandad. Se observa que se dan de hecho una serie de circunstancias: en primer lugar que es necesario un Medio de Comunicación con el cuerpo de hermanos porque hay que realizar una serie de convocatorias de cultos y efectuar una serie de convocatorias generales; es necesario también un ámbito donde celebrar debates, donde exponer ideas, donde dar a conocer proyectos; en segundo lugar, otro punto basado en que la gran mayoría de los hermanos no acuden con asiduidad a la hermandad, por lo que el vínculo se mantiene a través de la correspondencia; por último, muchos de los fines que persigue la hermandad, necesita un Medio para realizarse, por ejemplo, el fomentar el conocimiento y la vida de hermandad, la formación que cada vez tiene más importancia.

Vistas esas premisas, el Boletín aparece como un Medio que puede ser razonablemente útil; por supuesto existen otras alternativas como las circulares y de

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos por sus responsables» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director del Boletín de la Hermandad de la Antigua e Ilustre Hermandad del Santísimo Sacramento y Pontificia y Real Archicofradía de Nuestro Padre Jesús de las Tres Caídas, Nuestra Señora del Loreto y Señor San Isidoro.

hecho hay hermandades que no tienen Boletines y en caso de poseerse existe la posibilidad de usarlo más o menos.

En el caso de mi hermandad, la actual junta de gobierno ha optado claramente por el Boletín y se le dedican importantes esfuerzos. Hace ya casi trece años que se está publicando el Boletín. Las funciones que nosotros creemos que debe cumplir el Boletín esencialmente, como ya hemos señalado, es la de ser el Medio ordinario de Comunicación de los hermanos, eso en un primer término, donde se publiquen los cultos y sea un lugar de debate y exposición de ideas. En segundo lugar, el vínculo y la imagen de la hermandad para los que no pueden acudir; en este sentido es muy importante que refleje la vida de la corporación. Por último un instrumento para alcanzar los fines expuestos como la formación, la caridad, la vida de la hermandad. Así quedan reflejadas las funciones que la junta de gobierno de San Isidoro establece para el Boletín.

En San Isidoro, anteriormente al Boletín, sólo existían circulares. Los primeros solamente eran unas hojas de tamaño A-4, plegadas y simplemente con convocatorias y avisos importantes. Después de unos tres años tomó identidad de auténtico Boletín y desde hace unos seis años se ha consolidado plenamente tal como está hoy día. La junta actual se ha propuesto darle mucha importancia a éste, de ahí que se haya hecho hasta un número extraordinario que se publicó en 1995 con motivo de la clausura del Año Jubilar Loretano, para el que se tuvo colaboraciones importantes y donde se intentó recoger lo fundamental de la tradición loretana y de nuestra imagen. En cuanto al Boletín actual, se publican cuatro o cinco al año, que coinciden con los cultos más importantes de la hermandad: uno a comienzo de curso, en septiembre; otro, en el triduo de la Virgen, en noviembre/diciembre; un tercero, en la novena del Señor, en enero/febrero; un cuarto, en Semana Santa y por último otro en periodo sacramental que es en junio. Y cuando algunos Boletines son muy cercanos, pues se publica uno sólo, siendo entonces cuatro al año. Cada número tiene una tirada aproximada de 1.100 ejemplares, un número menor al de hermanos, porque desde hace un par de números se está tratando de enviar un ejemplar a cada domicilio, en lugar de uno a cada hermano como se ha venido haciendo hasta ahora, porque supone un ahorro importantísimo, habiéndose aceptado ese procedimiento muy bien.

Atendiendo las funciones que se tienen fijadas para el Boletín, existen unas secciones más o menos fijas: en primer lugar la carta del hermano mayor, donde éste toma el pulso a la hermandad, comentando la marcha, los acontecimientos, cuáles son los proyectos más inmediatos; en caso de que el Boletín coincida con algún culto, la carta del predicador, donde se trata el tema que se desarrollará en éstos, muy vinculado con el objetivo de formación; otra sección fija son las convocatorias de culto, es decir una convocatoria muy formal, casi parecida a la convocatoria de calle, que nosotros solemos poner en las páginas centrales para darle más

realce, y de cabildo o de otros actos que normalmente es de reglas y es obligatorio comunicárselo a cada hermano; una sección que creemos que es muy importante es una memoria de las actividades que se han realizado entre la publicación del anterior Boletín y el que se edita, siendo un reflejo de la vida de la hermandad; entra fijo un artículo sobre hermano antiguo, hermano señalado de la hermandad –a veces, fallecido– para potenciar el conocimiento de la hermandad y de quienes han pertenecido a ella; también artículo para la formación, que no tiene formato concreto pues bien es del director espiritual de la hermandad o en ocasiones son simplemente extractos de libros, así como también con temas de recuerdos de hermanos más antiguos de la hermandad.

El número de páginas es variable; actualmente estamos entre veinte y veinticuatro. Está impreso en blanco y negro, salvo la portada, la contraportada y un par de páginas del interior que van a cuatro tintas. Los anuncios aparecen en contraportada y después otros sueltos en un cuarto de página, siendo variable el número, entre dos a ocho, procediendo de establecimientos de hermanos o vinculados a la hermandad.

En la presentación, se busca uniformidad, pero no existe un estilo definido, porque no somos ni mucho menos profesionales los que llevamos a cabo esta labor. Además la aportación del diagramador en la imprenta es esencial, porque es el que da la forma definitiva. La obsesión de cualquier responsable de un Boletín es que se lea el mismo, intentándose presentar el texto más largo en distintas columnas, se intercalan muchas fotos, los avisos se separan unos de otros para que sean fácilmente identificables, por supuesto carecemos de recursos y también de formación técnica.

No existe en San Isidoro un equipo responsable. Hasta siempre ha sido algún miembro de la junta de gobierno el que se le ha hecho cargo del Boletín. Actualmente le ha tocado al fiscal de la hermandad. En cuanto a la imprenta, se suele trabajar un tiempo largo con una pero es frecuente que se cambie de imprenta. La elaboración comienza desde que termina el número anterior, o incluso antes, fijándose su contenido en los objetivos que he indicado antes; tres o cuatro semanas antes de su publicación, se intenta recoger todas las colaboraciones y una vez determinados todos los contenidos se elabora en papel y se estructura para llevarlo hasta la imprenta, siendo allí realmente donde se define totalmente la forma del Boletín, a través del diálogo con la persona que procesa el trabajo y las pruebas se depuran, antes de imprimirse, a través de las correcciones que efectúa un hermano nuestro que es especialista en filología. Ya impreso, en la casa de hermandad se efectúa el embuchado en los sobres y se organiza su difusión. Para su reparto se utiliza en Sevilla, una empresa distribuidora y para fuera, correo ordinario.

Con respecto al coste, supone un gasto importante para una hermandad pequeña como la de San Isidoro; incluido todo los costes de imprenta sale por unas 160.000 pesetas y después el envío por unas 15.000 ó 20.000 pesetas. Estos costes se han reducido mucho al enviar un solo ejemplar por familia, porque antes podía salir hasta por más de 200.000 pesetas. La financiación procede de los presupuestos ordinarios de la hermandad, donde existe una partida importante para el Boletín, y fundamentalmente de los anuncios (oscilable entre 15.000 y 100.000 pesetas).

Un canal de expresión *

José María Lobo **

Dentro de la Prensa especializada de cofradías, podemos destacar dos grandes grupos: uno el formado por aquellas publicaciones que nacen de la necesidad que tienen las propias hermandades de transmitir información a sus hermanos y otro el editado por instituciones, organismos o particulares.

Dentro del primer grupo tenemos los actuales Boletines de Hermandades. Las iniciales hojas sueltas, que normalmente anunciaban los cultos a celebrar por las diferentes hermandades, y que por correo se enviaban a sus hermanos, dieron paso a soportes más complicados que en un primer momento se convierten en modestos Boletines, hecho a base de fotocopias, hasta conseguir una publicación hecha en imprenta que, de forma periódica, llegará a toda la nómina de la hermandad.

Este tipo de revistas generalmente se elabora desde el propio seno de la junta de gobierno, con la dirección de una persona que tiene la confianza, y es elegida por el órgano de dirección de la misma. Sus páginas están dedicadas, ló-

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos por sus responsables» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director del Boletín de la Real, Ilustre y Fervorosa Hermandad Sacramental de la Pura y Limpia Concepción de la Santísima Virgen María, Ánimas Benditas del Purgatorio y Cofradía de Nazarenos del Santísimo Cristo de la Salud, María Santísima del Refugio, Santa Cruz, Nuestra Señora del Patrocinio, Santa Bárbara y San Bernabé, y ex-director del Boletín del Consejo General de Hermandades y Cofradías de Sevilla.

gicamente, a ofrecer información sobre la propia corporación que lo edita, y además cuenta con una formación religiosa y cultural. Su financiación corre a cargo de la mayordomía tesorería de cada hermandad. La circulación es con distribución gratuita entre todos los hermanos .

Si nos acercamos al Boletín de la Hermandad de San Bernardo, podemos decir que no se aparta en absoluto al movimiento general de otras hermandades y que desde hace bastantes años posee Boletín propio para informar a sus gentes. Cuatro son los números que se editan a lo largo del año, haciéndolos siempre coincidir con fechas muy particulares dentro del curso cofrade. En septiembre, y después de las vacaciones, se edita el primero que anuncia los cultos y actividades hasta el mes de diciembre, destacando especialmente la salida procesional del Santísimo Sacramento en su custodia y figurando en el mismo la memoria de la hermandad en el curso anterior.

En diciembre, para anunciar el cabildo de salida, se edita el segundo, informando de los cultos de diciembre y enero, y aprovechando la ocasión para felicitar a los hermanos en la Navidad y Año Nuevo. En febrero, y después de haberse celebrado en la hermandad el anterior cabildo referido de salida, sale a la calle el tercer número del curso en donde se dan todas las normas para la estación de penitencia, cuotas de salida, guías de reparto de papeletas de sitio, etc., y se anuncian los cultos y actos a celebrar hasta el mes de mayo. Y, por último, el cuarto, vé la luz en el mes de mayo, en el que se anuncia el cabildo de vuelta que se celebrará en el mes de junio.

Si os dáis cuenta, los cuatro números se envían a los hermanos cuando hay algún acto destacado de hermandad. Por lo tanto, los cuatro boletines que se editan son para informar a los hermanos. Lógicamente tenemos que ver que la necesidad de comunicar a los hermanos los diferentes cultos es lo más importante. Eso, y la vida de hermandad, es la única razón de ser. ¿Qué pasa además?, que se aprovecha esta necesidad de comunicar a los hermanos para meterle temas de formación, tanto cultural como religioso.

En el tema del Boletín de San Bernardo no me gustaría pararme más, ya que pienso que prácticamente se ha tocado todo aquí. Los Boletines tienen muy pocas diferencias. Está todo inventado. Pienso que es mejor que os hable del Boletín de las Cofradías, ya que puede resultar más interesante, al no ser algo nuevo.

Dentro del grupo de revistas especializadas editadas por instituciones, organismos o particulares, a lo largo de la historia han surgido varios títulos que, por proximidad en el tiempo, reseñamos entre otros: *Cofrade*, *Retablo*,... Pero de todos ellos la única que en la actualidad sigue saliendo con regularidad es el Boletín de las Cofradías de Sevilla que, con un periodicidad mensual, viene viendo la luz desde hace más de treinta y siete años.

El Boletín de las Cofradías depende directamente del Consejo General de Hermandades y Cofradías de la ciudad de Sevilla, siendo su órgano oficial, y de ella podemos decir que es la revista de todas las cofradías, ya que en ella se vuelca toda la información facilitada por las mismas, y nace precisamente como un canal o medio de expresión de y para las cofradías.

Para situarme en ella voy a dar unas breves pinceladas históricas. Los orígenes de esta publicación se remonta al año 1959. En aquel momento, se vió en las primeras sesiones de aquél año de aquella junta superior del Consejo de Cofradías, ante la incomprensión de unos y los alientos de otros, la posibilidad de editar una revista periódica que, como órgano del mismo, realizara una labor formativa e informativa y que contribuyera a vitalizar en profundidad la unión fraterna de todas las hermandades. Dicha idea la propuso don Pedro de Castro en la sesión del día 26 de enero de aquel año, aprobándose la propuesta y eligiéndose una comisión que estaba formada por él mismo y otros insignes cofrades de aquella época. En sucesivas sesiones, esta comisión fue informando a la junta superior de sus gestiones. Se nombró director al inolvidable periodista cofrade Luis Joaquín Pedregal Sanmartín y administrador al cofrade sevillano Juan José Marín Vizcaíno, por entonces secretario de la Hermandad de la Macarena.

Mientras tanto, y al mismo tiempo, las hermandades del Martes Santo, con su delegado de día, Juan Moya García al frente, acuerdan publicar unas hojas cofraderías dedicadas a las hermandades de dicho día. Hojas que vieron la luz con regularidad varios meses y que sirvieron de acicate, cimiento y base para que el entusiasmo creciera y madurara la idea de la creación del Boletín. De estas páginas tan sólo se publicaron siete números, sirviendo el último correspondiente a los meses de julio, agosto y septiembre, al mismo tiempo que de despedida, de presentación del Boletín de las Cofradías. De ahí que algunos cofrades sevillanos calificaran ese número siete de la revista del Martes Santo como número sólo del Boletín de las Cofradías. O sea, que automáticamente, que salió a la calle el número siete del primero, automáticamente salió el Boletín de las Cofradías. Por ahí, muchas veces cuando se habla del Boletín del año 1959, hay muchos antiguos que nos dicen que el Boletín de las Cofradías anteriormente sólo tuvo siete números que eran las siete hojas que sacaban las hermandades del Martes Santo.

En el acta de junta superior del 2 de octubre, con algunos consejeros aún temerosos de que pudiera fallar la continuidad, se acuerda que el primer número sea publicado en ese mismo mes, lo que tuvo exacto cumplimiento. Salió a la calle el ejemplar con la imagen de la Virgen de los Reyes en portada, encuadrada en un diseño en el que aparecía un nazareno con la cruz de guía. En ese momento el Boletín puso su cruz de guía para iniciar un camino, según indicaba la primera editorial que, por bonita y eficaz yo me voy a basar en ella para que veáis la filosofía que tomó el Boletín en aquel momento y la filosofía que sigue hoy en día.

Decía la primera editorial: *“Con la misma emoción con que la primera del Domingo de Ramos ve abrirse las puertas de su templo, este Boletín pone su cruz de guía cara a la Virgen Inmaculada de Sevilla para emprender un camino en el que a de acompañarlo el más ambicioso intento, cual es el de erigirse en exponente auténtico de la vida cofrade sevillana”*. Seguía explicando en esta primera editorial los propósitos de esta nueva publicación: *“El fin primordial es demostrar a nuestros propios ojos, en primer término, y el de difundir a los cuatro vientos también, toda la hondura de sentimiento y todo le caudal de fe, manifestados en infinitos matices, que encierra la vida diaria de las cofradías de Sevilla, desmintiendo así esa falsa leyenda de pintoresquismo a ultranza con que nos tachan los que con miope visión de nuestras cosas, no saben ni quieren adentrarse en el fondo de nuestras almas”*.

Para lograr esos propósitos, las intenciones de todos era convertir el Boletín en el informador permanente de esa vida, recogiendo en sus páginas cuanto en ella fuera de interés en el correr de los días, sus cultos, sus afanes de caridad, sus mejoras espirituales y materiales, las ideas y nombres de sus personas representativas o las de cualquiera de sus hermanos, los problemas, etc. En definitiva, temas de hermandad. Sin olvidar también que era muy importante realizar una labor de formación, y seguía diciendo el editorial: *“Es una de nuestras aspiraciones que la cultura religiosa del nazareno, del cofrade, se acreciente hasta alcanzar y sentir todo lo que de hermoso y trascendente es decirse cristiano, todo lo que de sacrificio y renunciamiento significa vestir de verdad la túnica blanca, negra o verde del penitente, conseguir que ese nazareno al tapar su cara, aislándose unas horas del mundo, sepa exactamente que lo que haga en esos instantes llevará la alegría al corazón de su Cristo y de su Virgen, o será, por el contrario, motivo de dolor para los dos. Y conseguir, sobre todo, que su vida religiosa no se vaya a reducir a esas horas procesionales que pasan pronto. Pues después, el resto del año ha de seguir demostrando su amor a Dios y su amor al prójimo”*.

Por último, el Boletín se proclamaba ardiente defensor de la vida económica y social de las hermandades. Con estas directrices pregonadas en el primer número, y vigentes en la actualidad, se inicia un largo recorrido hasta nuestro días, sirviendo de órgano de intercomunicación entre las mismas hermandades, como dijo ya en aquel momento nuestro querido cardenal don José María Bueno Monreal, para difundir a los cuatro vientos, sobre las alas leves e ingravidas del Boletín, la riqueza de auténtica y tradicional espiritualidad que constituye el nervio de la vida religiosa de Sevilla, y despertar en miles de cofrades una convicción de responsabilidad, exigida precisamente por esa cualidad, que es dignidad y categoría de hermanos de las venerables y antiguas cofradías en las que se consolidó el fervor cristiano de nuestros pueblos en otros tiempos, o de las nuevas hermandades que nacen en un tiempo de tanta actividad apostólica.

Pronto la dirección del Boletín pasaría a José Marín Vizcaíno, que ostentó el cargo hasta el año 1985, cumpliendo una etapa de la que podríamos contar muchas cosas, pero sobre todo destacar el esfuerzo llevado a cabo para poder sacar adelante una publicación mes a mes contando con una sólo fuente de ingresos: los suscriptores.

El nombre de José Marín Vizcaíno figura con letras de oro en la historia del Boletín y a él se lo debemos todo. Sin su esfuerzo, su cariño, su ilusión y su fe, posiblemente hoy no estaríamos hablando de esta publicación. Después de veintiséis años que se llevó este hombre al frente del Boletín, se vio que éste necesitaba una renovación. Y para ello se pensó en un joven periodista sevillano, Antonio Silva, que asumió la dirección y le dio ese cambio que las circunstancias exigían: le dio el color, la publicidad, etc.

En esta nueva etapa se consiguió una dinámica diferente mucho más periódica, pero siguiendo con los objetivos marcados inicialmente, de ser vehículo de información y comunicación entre las distintas hermandades y cofradías, y entre las hermandades como otros estamentos de la Iglesia y de la sociedad sevillana. Y de seguir colaborando para que los hermanos vayan conociendo la historia de las hermandades, lo que significa el apostolado seglar, qué es una asociación, cuál es el puesto de un laico en la Iglesia, cuáles son los proyectos pastorales de la diócesis, ...etc. Durante el mandato de Antonio Silva se institucionalizó ya el convertir en número correspondiente al mes de Cuaresma el número extraordinario, un número superior de páginas y a todo color.

Después de Silva, llegó el relevo en el año 92, y tras un paso muy corto de José María Fuentes como director, llegamos a una nueva etapa en donde nos encontramos y en la que el autor de este texto tiene el honor de ocupar la dirección.

La línea que ahora mismo se sigue es la misma que desde un principio se ha seguido y que a lo largo de esta breve historia hemos reseñado. Su financiación, al igual que en otro tipo de prensa, se basa en dos grandes fuentes: la circulación y la publicidad. Suponiendo los ingresos por circulación un 80% del total, que a su vez se desglosa en un 90% de suscriptores y un 10% venta del número, cumpliéndose aquí la regla general que marca que en los periódicos y revistas que tienen una clara tendencia, predomina la suscripción al número. Para aumentar esta venta directa, habría que tener una clara política comercial bastante más agresiva, que hasta el momento no existe por falta de medios. La revista pervive gracias a los esfuerzos de un grupo de personas, todas cofrades de Sevilla, que de forma desinteresada, colaboran bajo la dirección de aquella persona que ha obtenido la confianza de la junta superior del Consejo de Cofradías. De todas estas personas habría que destacar aquellas que de forma continua colaboran y que tienen la confianza del director, pudiendo en ocasiones asumir dichas funciones. Ellos conforman el equipo de redacción y ese otro gran grupo de cofrades que, divididos en dos tipos de periodistas, de

calle y de mesa, elaboran de forma constante el contenido de la revista. Sin olvidarnos de la redacción gráfica, que llevada a cabo día a día por dos buenos informadores gráficos, cuenta también con la colaboración de todos los fotógrafos de Sevilla que, de verdad, están volcados en estos ejemplares.

El Boletín, que desde que nació ha seguido la misma línea, sigue en ella. Tan sólo, de cara al futuro, entiende debe mejorar y engrandecer lo hasta ahora hecho, pero nunca cambiar en un giro de 180 grados la filosofía del mismo. Tenemos que tener claro lo que debe ser el Boletín, y en ningún caso, se debe apostar por una línea con la que nada se identifique y que, por otra parte, al ser hoy en día noticia las hermandades, le corresponde en la actualidad a la prensa diaria.

Muchas son las formas de lograrlo, pero una de ellas pasa por hacer una agenda de actos y cultos completos, y hacer trabajar a sus redactores que, en este caso, deberían ser las propias hermandades y cofradías. Y seguir publicando lógicamente buenos trabajos de investigación histórica y, por supuesto, sin olvidar la formación religiosa. No podemos perder de vista que las hermandades somos Iglesia.

Pienso que el futuro del Boletín pasa por estar en manos de cofrades que le tengan mucho cariño, por cuanto hay que dedicarle mucho esfuerzo y trabajo, la mayoría de las veces poco agradecido. Y es condición importantísima el seguir concienciando a las hermandades que el Boletín es de todas y para todas las hermandades y, por supuesto, para todos los cofrades de Sevilla.

Cuando hablamos del Boletín de las Cofradías tenemos que tener clara una cosa. Igual que un particular tiene un periódico y no consiente jamás que un redactor lo critique, porque no tendría sentido, así el Boletín de las Cofradías para llegar a ser la revista de las cofradías, debe hablar casi siempre bien de las mismas. Muchas veces me dicen que artículos de opinión no hay y es porque los artículos de opinión siempre duelen. Entiendo que como es el órgano oficial del Consejo, hay que hablar bien. Y hay que ser muy cofrade para saber qué es lo que puede molestar y qué es lo que no puede molestar. Yo desde ya, a aquel que sea cofrade, le ofrezco las páginas del Boletín, porque éste, entre otras cosas, está abierto no solamente para las cofradías, sino para todos los cofrades de Sevilla.

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.

Los Boletines vistos desde *Onda Cero* *

José Fernández **

Poco o muy poco me voy a extender a la hora de analizar por mi parte el asunto que nos convoca: los Boletines de las Hermandades. Intentaré que mis reflexiones sean sinceras, aún a riesgo de que alguien pueda interpretar negativamente algunas de mis palabras; intentaré en cualquier caso clarificarlas lo más posible.

Empecemos por hablar de lo que es un Boletín, lo edite quién lo edite, y lo que representa para un Medio de Comunicación. En este caso, en concreto, una emisora de Radio. Un Boletín es una publicación periódica, cuyo contenido puede ser monotemático, caso del que nos ocupa, o bien puede abordar distintas cuestiones que interesen a un determinado colectivo. No pongo en duda la mucha o poca efectividad que estas publicaciones tengan dentro de sus ámbito de actuación. Sí tengo serias dudas sobre la utilidad que estas publicaciones tengan para un periodista de un medio de comunicación social.

Hoy por hoy, poseen Boletines, supuestamente informativos, un sin fin de instituciones y organismos. Si se fijan, no hay consejería, organismo autónomo o

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director de *Onda Cero* en Sevilla y Andalucía.

“chiringuito” de Administración que no posea Boletín. En la mayoría de los casos este es un producto que se edita para promoción de la actividad política de una consejería, una dirección general y, en algún caso, se promueve al alto cargo de turno. Pero no sólo la Administración edita Boletines; asociaciones profesionales, colegios, etc., editan sus Boletines internos con le fin de mantener informados a su cuerpo de socios. La inmensa mayoría de estas publicaciones están llegando a las redacciones. Y les aseguro que, salvo contadísimas excepciones, su destino final suele ser la papelera.

Anualmente en Andalucía se destinan decenas de millones a subvencionar este tipo de publicaciones cuyo principal activo, desde mi punto de vista, puede ser la ocupación que ofrece a muchos profesionales del Periodismo. Aunque, déjeme decirles, que este tipo de publicaciones no siempre cuentan con profesionales del Periodismo, dejando en muchas ocasiones la coordinación técnica de estos Boletines en manos de personas que tienen otros oficios, otras ocupaciones, y suelen utilizarlo como hobby y en tiempo libre. Y, por supuesto, se perciben remuneraciones. Y eso, por tanto, que los Boletines en general cumplen una función interna con escasa proyección pública a través de los grandes Medios.

Otra cosa puede ser el trabajo de investigación que en un momento determinado realice un periodista y tenga que recurrir a Boletines si está ligado, por ejemplo, a temas de Semana Santa o recurrir a los archivos para examinar y analizar la vida interna de una hermandad o cofradía. Pero eso es un caso un tanto singular.

Las hermandades y cofradías de Sevilla también editan sus Boletines, y en estas jornadas se está preguntando cómo vemos desde los Medios Audiovisuales esta forma de comunicar que tienen estas entidades sevillanas. Creo sinceramente que la llegada a una redacción de un Boletín de esta o aquella cofradía despierta el mismo interés que cuando nos lo manda ASAGA o la Asociación de Filatélicos de Sevilla. O sea, ningún interés, o escaso interés. Digo esto sin que nadie se crea que se desmerece a esta o aquella institución. Quizás, en plena Cuaresma, y siempre dentro de los programas sectoriales especializados que cada año emitimos las emisoras de Radio de Sevilla, determinados ejemplares puedan ser de utilidad para reelaborar determinadas noticias que puedan resultar de interés informativo para los oyentes de la Radio.

El hermano cofrade, cuando sintoniza una emisora no busca normalmente las interioridades de su hermandad. Creo, por tanto, que basándome en esta circunstancia, los Boletines de las Hermandades de Sevilla tienen, por lo general, un escaso interés informativo para los redactores y, posiblemente, para la inmensa mayoría de los oyentes.

No conviene olvidar aquí otro aspecto que considero debe ser reflejado en este punto. En las hermandades y cofradías de Sevilla tiene un alto grado de influen-

cia y autoridad la jerarquía de la Iglesia Católica. El arzobispo de Sevilla y, en concreto, su titular, fray Carlos Amigo, ha sabido influir de forma delicada e inteligente en el papel pastoral de nuestras hermandades. Estamos, ante todo, en un asunto donde influye, y de qué manera, una forma de pensar, de estar y de actuar ante la vida. Estamos, pues, ante unos órganos de información cuyo denominador común puede ser la defensa de una religión, mayoritaria socialmente, sí, pero, al fin y al cabo una religión que desde hace dos mil años influye en la sociedad civil del mundo.

Y en este punto no debemos obviar el marco constitucional, la libertad religiosa que garantiza la Carta Magna y la necesidad imperativa de que muchos Medios de Comunicación, públicos y privados, trasladen a sus líneas editoriales ese pluralismo que se ha dado el pueblo español. Máxime cuando la Iglesia Católica posee desde hace décadas órganos informativos de su propiedad que, a mi juicio, si tienen la obligación de colaborar con la jerarquía eclesiástica en todo lo concerniente a propagar su doctrina entre los fieles de la Iglesia católica.

Por citar un ejemplo cercano, el de la cadena que represento, *Onda Cero Radio*, que es propiedad 100% de la ONCE, sería impensable que *Onda Cero*, junto a su papel como Medio de Comunicación, no se ocupase de atender a todas aquellas cuestiones de índole social que la ONCE tiene como objetivo fundacional. Pues lo mismo entiendo que debe suceder en aquellos Medios propiedad de la Iglesia Católica. Sólo en esos Medios se atenderá de forma pormenorizada todos los aspectos pastorales que prevalecen en los contenidos de los Boletines de las Cofradías de Sevilla.

Para terminar y a modo de conclusión, creo que los Boletines de las Hermandades cumplen su papel interno y necesario. No creo que dichos Boletines tengan demasiada importancia en la generación de noticias a través de los Medios Audiovisuales, y en particular, la radio. Y pienso finalmente que esos órganos de comunicación, estos del mundo cofrade y otros, pueden ser un terreno profesional donde muchos estudiantes de Periodismo puedan desarrollar su trabajo una vez concluyan su carrera.

Capítulo 20

Los Boletines vistos desde *Radio Popular-Cadena Cope* *

Andrés Luis Cañadas Machado **

1. INTRODUCCIÓN

Se me pide que, desde mi perspectiva profesional y personal, les hable sobre los Boletines de Hermandades que, con profusión, se editan en nuestra ciudad y provincia y de los que, para esta exposición, a título de muestra representativa y ante la imposibilidad de hacerlo con la totalidad de los que existen en la actualidad, me he detenido especialmente en los publicados por las Hermandades de la Trinidad, Nuestra Señora de los Dolores, Cachorro, Cigarreras, Veracruz, Exaltación, Carretería, Sagrada Cena, La Sed y La Resurrección; los de las Hermandades de Gloria del Rosario de San Julián y del Rocío de Gines y el del Consejo General de Hermandades y Cofradías del que podría afirmarse que es como un compendio de todos ellos por estar promovido por el organismo en el que todas las Cofradías se integran, pero que tiene la esencial diferencia con respecto a aquellos de tratar asuntos de índole general del mundo cofrade frente a la especialización de los que sólo tienen como fundamento de su contendio la noticia particular de una hermandad concreta.

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director de *Radio Popular-Cadena Cope* en Sevilla y Andalucía.

2. ANÁLISIS DE UN BOLETÍN COGRADE

La proliferación de este tipo de publicaciones que hoy nos ocupan y que constituyen el eje del «II Encuentro sobre Información Cofrade», por una parte, y por otra lo heterogéneo de su planteamiento, hace difícil establecer un esquema-patrón de las mismas, pero sin embargo me parece útil y necesario, antes de entrar en otras consideraciones, comentar algunas de las características de los Boletines Cofrades que pueden ayudarnos a entenderlos mejor y a conocer determinadas particularidades que los definen, sin ánimo de ir más allá de lo que he podido concluir del análisis de los que he manejado para preparar este texto y corriendo el riesgo de repetirme sobre otros estudios o exposiciones efectuadas por otras personas, especialmente los responsables de estas publicaciones..

Y entre esas características, es preciso citar la disparidad en el número de páginas de unos y otros Boletines, que oscilan entre las 16 ó las 48 cuando de publicaciones de hermandades se trata –debo citar como excepción la Hoja de la Hermandad del Gran Poder– o se elevan a 76 en lo que al Boletín del Consejo de Cofradías se refiere, aunque abundan muchos entre las 24 y las 32, o el formato coincidente en la casi totalidad de los que se editan, tamaño cuartilla o DIN A-4 y en el empleo de la cuatricromía –fotos a todo color– para las portadas que, por lo general, suelen recoger la imagen de alguno de los sagrados titulares de la cofradía o algún momento concreto de su actividad a lo largo del año o de la salida procesional.

En cuanto a la periodicidad, reseñar que si son frecuentes las apariciones mensuales, lo son también las que abarcan todo un trimestre e, incluso, aquellas que ven la luz cuando la actividad de la cofradía lo requiere, y sobre los contenidos, aunque con presentaciones diferentes; estas revistas suelen incluir informaciones sobre cultos y actos de la hermandad; reseñas históricas; editoriales y comentarios; convocatorias varias (cabildos, etc...); poemas; cartas de los hermanos mayores; artículos sobre temas de formación espiritual; avisos a los cofrades; comentarios a las reglas respectivas; información sobre las cuentas de la cofradía, etc..., con las que se busca, primordialmente, establecer un Canal de Comunicación con los hermanos, trasladarles las inquietudes y realizaciones de la corporación nazarena y hacerles llegar noticias sobre las actividades que se han llevado a cabo o se pretenden acometer en el futuro inmediato.

El interior de los Boletines Cofrades de los que nos ocupamos, suele estar impreso a una sola tinta, aunque no faltan, especialmente en el tratamiento de las imágenes fotográficas, las cuatricromías o el bicolor para resaltar algunos de los anunios que se insertan.

Aunque naturalmente la variedad de los Boletines se corresponde con otras tantas industrias de Artes Gráficas, no deja de ser curioso que existan algunas imprentas que, como las Gráficas San Antonio de la calle Almansa, parecen especializadas en este tipo de publicaciones y tienen como clientes a varias hermandades.

En cuanto a la financiación, vía publicidad, decir que en los Boletines estudiados aparecen, de diversas firmas, un total de 130 módulos de tamaño diverso y cuatro páginas, lo que sin duda representa una inversión importante, por muy bajas que sean las tarifas aplicadas, y puede dar idea que en torno a estas publicaciones, considerada su totalidad, puede moverse una elevada cifra por dicho concepto, a la que habría que añadir lo recaudado por el capítulo de suscripciones, ya que no puede olvidarse que el Boletín editado por el Consejo General se distribuye, fundamentalmente, por este sistema y al precio actual de 4.500 pesetas al año. Como curiosidad en torno a esta cuestión, la frecuente aparición en algunos Boletines de recuadros en blanco, en los que figura la leyenda "este espacio espera su anuncio", o reclamo similar.

De todas formas, no es fácil conocer datos económicos sobre estas publicaciones, o al menos para quien les habla no lo ha sido, ya que no aparecen en las mismas informaciones sobre el coste de la edición o lo facturado por el capítulo de publicidad, dándose incluso el caso de que alguno de los Boletines en los que se incluye el estado de cuentas de la hermandad, en la partida de gastos aparecen consignados los de imprenta, que ascienden a 90.539 pesetas, aunque no se especifican los conceptos, sin embargo no se reflejan entre los ingresos los obtenidos por la inserción de 10 módulos de 6x6 y uno de 14x6 en el mismo Boletín en el que figura el Balance de la referida cofradía.

En resumen, un variopinto panorama el que ofrecen, en conjunto, los numerosos Boletines Cofradieros existentes, en los que las hermandades de Sevilla invierten no pocos recursos —o al menos los obtienen para dicha finalidad—, y desde luego movilizan un elevado contingente de personas para la redacción de los textos y preparación de fotografías, grabados y dibujos que en los mismo aparecen y cuyo impacto o audiencia parece no corresponderse con la tirada y cuando menos se lo cuestionan no pocos cofrades a los que al preguntarles por su utilidad, a lo sumo no han pasado de la afirmación de que tiene la de ser un vehículo para comunicar los cultos de la hermandad o como objeto de colección.

Por eso, tal vez las cofradías deberían plantearse la realización de una encuesta o muestreo entre sus miembros sobre la existencia de los referidos Boletines, para conocer con mayor exactitud el grado de eficacia de tales publicaciones y qué demanda de ellas su público objetivo y no estaría de más tampoco complementar dicho trabajo con un estudio riguroso que determinara costes globales, tirada y otros aspectos técnico-profesionales de esta ingente cantidad de páginas que, a lo largo del año, ponen en circulación las cofradías sevillanas.

3. LOS BOLETINES DESDE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Sobre la utilidad real de este tipo de publicaciones para los Medios Audiovisuales, y hablo ahora en nombre de la *Cadena COPE* que como saben ustedes cuenta con el programa más veterano de la radiodifusión sevillana pues no en balde "*Saeta*" cumple en la Cuaresma de 1997, su cuadragésimo tercera edición, consultados algunos profesionales me manifiestan que las mismas les sirven en todo caso para conocer cultos y actividades de las cofradías y como elemento de consulta sobre algunas cuestiones concretas, si se puede organizar desde luego una mínima base documental con ellos; por lo general, los citados Boletines llegan al Medio acompañados de una carta, en la que muchas veces se da cuenta de lo que la hermandad se propone hacer en el orden espiritual o cultural, y en no pocas también de la llamada convocatoria de cultos; finalmente resulta que el esfuerzo editorial de los cofrades es —repito que con respecto a su uso por parte de los profesionales de la Comunicación— bastante estéril y que no se interpreten mal mis palabras, ya que les hablo en este caso no sólo como periodista que trabaja para la Radio sino como cofrade que algo se precia de conocer el mundo de las hermandades por dentro.

Es evidente que esta tajante afirmación puede parecer excesivamente simplista y que de los numerosos y frecuentes Boletines Cofrades que en las Redacciones de todos los Medios se reciben, pueden extraerse otras informaciones y datos, sobre todo cuando de confeccionar programas cofradieros se trata o para enriquecer a quienes, por ejemplo en Semana Santa, deben enfrentarse a la compleja y difícil misión de llevar hasta los oyentes la narración de cuanto acontece con la presencia de las cofradías en nuestras calles y plazas, pero aún así, el rendimiento profesional de estas publicaciones me parece bastante exiguo y por tanto entiendo que la función a cumplir debería replantearse cara al futuro en beneficio de todos cuantos nos relacionamos de una u otra manera con las mismas y especialmente para quienes realizan el esfuerzo de editarlas.

4. UNA PROPUESTA

Ciertamente que puede interpretarse como un atrevimiento por parte de quien les habla, pero pienso que cara al futuro, y sin que los responsables del movimiento cofrade pierdan de vista la utilización de las nuevas tecnologías como Internet para difundir su actividad y su mensaje e, incluso, para hacerlos llegar a muchos de sus miembros, lo que no estaría refnido para nada —que alguno pudiera interpretarlo así— con la tradición y las maneras cofrades, a lo mejor habría que estudiar la posibilidad de que la actual proliferación de Boletines diera paso a una más racional planificación, editándose conjuntamente por las hermandades de una misma collación o por las que realizan su salida procesional el mismo día de la semana, lo que propiciaría un evidente ahorro de costos y, tal vez, la posibilidad de

una mayor profesionalización de tales publicaciones, abriéndose de esta forma una salida para algunos licenciados de Periodismo.

Y ello no se confrontaría con el hecho constatado de que los Boletines, en su mayoría, son realizados, escritos, diseñados, etc..., por personas aficionadas al Periodismo, o a la literatura, miembros de la cofradía, que con dicha actividad satisfacen una vocación; por el contrario todo este caudal humano podría seguir siendo aprovechado, pero con planteamientos más profesionales.

Por otra parte, deberían las hermandades profundizar y profesionalizar —entiéndase el sentido con que ahora empleo este término— su relación con los Medios de Comunicación Social, lo que sin duda se traduciría en un mejor y mayor conocimiento de las mismas, de lo que a lo largo de todo el año hacen e incrementaría la eficacia del caudal de noticias que actualmente se les remite y que, como ya he comentado con anterioridad, no siempre se adapta a lo que los profesionales que tienen que utilizar este material necesitan para facilitarles su trabajo.

Naturalmente son estas líneas una aproximación muy superficial al tema general que da sentido al «II Encuentro sobre Información Cofrade», pero con ellas he querido ofrecer honestamente las conclusiones de mi reflexión sobre este asunto, divulgar algunos aspectos del análisis efectuado entre diversos Boletines Cofradieros sevillanos y explicar mis ideas sobre el particular, tratando de aportar siquiera un pequeño grano de arena a la propuesta de trabajo que se nos ha formulado.

Los Boletines vistos desde *Radio Voz* *

Francisco M. Mesa Cejudo **

El asunto que centra la atención del «II Encuentro sobre Información Cofrade» es algo que conozco y que sigo de cerca precisamente por la labor profesional que desarrollo en *Radio Voz-Sevilla*. Con toda seguridad, nuestros antepasados lejanos ni siquiera lo hubiera imaginado. Hoy día en las puertas del siglo XXI, todas las hermandades de penitencia, tienen su propia revista, valga la expresión. Los denominados Boletines de Hermandades y rectifico mi anterior frase, para ampliar el campo de acción, hermandades de penitencia, de gloria y sacramentales, encuentran a través de esta publicación en la mayoría de los casos mensual, su forma de acercarse a los que menos se acercan a sus hermandades por razones varias. Me da la impresión que esa palabra que tanto hemos nombrado los profesionales de la Comunicación desde nuestro Medio, la palabra masificación, tiene de nuevo la culpa. Desde hace, yo diría aproximadamente poco más de una década, la masificación, se ha hecho presente no sólo en las calles, cuando llegaba la Semana Santa, sino que también hermandades que contaban con una nómina escasa en lo que se refiere al número de hermanos, incrementaban la misma considerablemente. pero es cierto que los Boletines de las Hermandades existían en la

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** De *Radio Voz*.

mayoría de los casos mucho antes de la masificación. Estas publicaciones, sin embargo, a consecuencia de ese fenómeno se han ido completando en contenidos, en presencia y en importancia. Digamos que los Boletines hace varias décadas, en la mayoría de los casos, no en todos, servían sólo y exclusivamente para hacerse eco de los cultos internos de la hermandad, es decir de los triduos, quinaros y otros cultos específicos. Hacer hoy día una valoración de los Boletines, desde los propios Medios de Comunicación o creo que desde cualquier punto de vista, es sobre todo hablar de un Medio de Comunicación interno de un colectivo social y religioso, al que se denomina hermandad.

Hoy, en todos los Boletines no sólo se hace mención a esos cultos internos de los que hablábamos antes, sino que éstos se han ido dividiendo en diferentes apartados, en páginas especialmente dirigidas a colectivos dentro de las propias hermandades, como puede ser por ejemplo la juventud sin ir más lejos. Estos instrumentos de comunicación, formará parte en fechas no demasiado lejanas, de algo parecido a una hemeroteca cofrade en interna de cada hermandad. Son partes de la historia viva de estos colectivos y son también en muchos casos la vía perfecta para dar a conocer a los propios hermanos y a los cofrades en general, documentos gráficos que sin este puente que simboliza el Boletín, sería prácticamente imposible darlos a conocer públicamente. Hablando de evolución, quién sabe si dentro de muy pocas fechas, tenemos la oportunidad de comprobar que la información impresa de estos Boletines se puede ver a través de una pantalla de ordenador por vía Internet.

Claro que no todo es positivo. Desde mi punto de vista, sería conveniente y creo que hasta necesario saber vender mejor estos Boletines. Me refiero a que en muchos casos, estas publicaciones no tienen el atractivo necesario no sólo para llegar al cofrade, sino calar, y valga la expresión, en el colectivo hacia el que va dirigido. A través de este medio, se invita constantemente a los hermanos a asistir a cultos internos, actos y a diferentes convocatorias organizadas por la propia hermandad, y lamentablemente es cierto que en muchas ocasiones estas llamadas no llegan con rotundidad a los hermanos. Quizás la solución esté en realizar el atractivo en todos los sentidos de estas publicaciones, con más cantidad de fotografías o con artículos más actualizados, firmas de reconocido prestigio, participación activa de aquel hermano que lo desee y algo que considero importante, un margen de tiempo mucho más corto entre número y número de publicación. Algo que desde luego no estaría de más, podría ser la incorporación al equipo de redacción de estos Boletines, de los hermanos licenciados en Ciencias de la Información. Habitualmente, los Boletines de Hermandades son publicaciones mensuales, con lo que muchos acontecimientos que ocurren en el seno del colectivo, quedan poco actualizados cuando ven la luz.

Sin embargo, pese a los defectos y a las virtudes que pueda presentar este Medio de Comunicación interno de las hermandades, lo que sí queda bastante claro

es que son necesarios para la vida de hermandad. Quizás la clave del éxito, como en todo Medio de Comunicación, ya sea Radio, Televisión o Prensa escrita, esté simplemente en comunicar, en que cada hermano en este caso se sienta reflejado en esa información, en un artículo en concreto o en la página donde se produce una fotografía cofrade.

Esa es precisamente la convicción que tenemos los profesionales que nos dedicamos durante todo el año a acercar la Semana Santa, desde los micrófonos de *Radio Voz*. Y nuestra intención no es otra que estar cerca de las hermandades y de las cofradías no sólo de Sevilla, sino también de toda la provincia que también demanda esta información. Y por supuesto, no sólo de las hermandades de penitencia, porque si pretendemos y entendemos que se puede hablar de Semana Santa durante todo el año es porque existen argumentos suficientemente sólidos como para hacerlo. Argumento sólidos son por ejemplo las procesiones de muchas hermandades de gloria, procesiones que están repartidas en el calendario sin fecha determinada.

La hermandades de gloria han sido como la mayoría de ustedes saben de sobra, las semillas de donde han surgido muchas hermandades que en la actualidad realizan estación de penitencia a la santa iglesia catedral. La oferta radiofónica de *Radio Voz*, en torno a la Semana Santa, se produce durante todo el año, porque durante todo el año existen misas de hermandad y porque el curso cofrade en Sevilla es prácticamente continuo.

El calendario cofrade no debe limitarse sólo y exclusivamente a Cuaresma ni a la Semana Mayor. Digamos que la primera noticia cofrade de importancia que se produce meses antes de llegar la cuaresma, es sin duda la designación del pregonero. Después llega el nombramiento del autor del cartel de la Semana Santa. Y después llegarán los actos conmemorativos, las salidas extraordinarias, los cultos internos, las restauraciones de las imágenes, como ha ocurrido este año con la imagen de la Virgen de la Amargura, las restauraciones de los templos, las preocupaciones de los hermanos mayores, los cabildos extraordinarios, las tomas de decisiones, las elecciones de nuevas juntas de gobiernos... En definitiva, todo un cúmulo de noticias que se producen en fechas anteriores a la cuaresma y que merecen ser contadas para que todos los cofrades de Sevilla y de la provincia, insisto, estén perfectamente informados de todo lo que mueve alrededor de nuestra Semana Santa.

Digamos que el premio que tenemos los profesionales que nos dedicamos durante todo el año a contar todo esto, es sin duda poder contar la salida procesional de una hermandad cualquiera o la llegada de la primera a la Campana. Por todos esos motivos y muchos más que podría seguir enumerado es por lo que merece la pena hablar de la Semana Santa durante los doce meses del año, ay así lo hacemos desde *Radio Voz*, cada día sin faltar a la cita. Una cita diaria de la que también será

protagonista la voz de uno de los profesionales que desde su experiencia y su conocimiento ha llevado durante varias décadas la Semana Santa de Sevilla a todos los rincones del país. Alguien que apreciamos y queremos como amigo y compañero en el equipo al completo de *Radio Voz*. Me estoy refiriendo a Fililberto Miras.

Volviendo al panel que hoy nos ocupa. Unos de los aspectos importantes dentro de los Boletines de las Hermandades, es su financiación. Estas publicaciones se ofrecen generalmente por correo a todos los hermanos y de forma totalmente gratuita. La publicidad por tanto vuelve a ser parte fundamental de la financiación de un medio como son los Boletines. Hablando de Boletines no se nos puede pasar por alto el que edita el propio del Consejo de Hermandades y Cofradías de Sevilla. Es esta una publicación que a diferencia de los Boletines propios de cada hermandad, cuenta con diferentes punto de venta en toda la ciudad y anualmente edita un número especial en Cuaresma. Como dato curioso, el Boletín del Consejo, cuenta con más suscriptores en el resto del país en nuestra capital. Este dato no hace más que confirmar el interés que existe por nuestra Semana Santa en el resto del territorio nacional.

Los Boletines vistos desde
Canal Sur-Radio *

Fran López de Paz **

1. INTRODUCCIÓN

Los Boletines de Cofradías tienen una importante carga sentimental. Estos llegan a casa al mediodía con las cartas de los bancos, la propaganda del supermercado. Llegan siempre envueltos en su túnica de celofán, donde están embuchados. Hay veces que la gente deja incluso el almuerzo par leer su Boletín, aunque luego lo tiren a la papelera. Pero me parece que es interesante reseñar que estos Boletines suelen ser la primera correspondencia que recibe el chaval apuntado desde pequeño a la cofradía. Llega antes que la carta del director del colegio, la carta de los bancos o la carta de la novia. Es decir, que el Boletín o la carta de la cofradía puede ser la primera constancia epistolar de la existencia de un individuo que, muchas veces lo tiran, y otras lo van almacenando en la alacena junto a los libros.

En efecto, los Boletines tienen una carga sentimental que no se nos puede escapar a la hora de hacer este análisis de los Medios de Comunicación de las

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** De *Canal Sur-Radio*.

Cofradías, que en su día entendieron la necesidad de una comunicación directa con los hermanos, mucho más allá de las cartas del cabildo o de la convocatoria de cultos. Sin embargo, la carga sentimental que la analice cada uno, que es propia y a veces inexplicable. Nosotros vamos al análisis profesional de los Boletines.

2. NECESIDAD DE INFORMAR HACIA DENTRO

Unos Boletines que en principio nacen como una necesidad de informar hacia dentro de la hermandad. Se trata de una lógica evolución de las convocatorias que nuestros pioneros colocaban al lado de las iglesias para anunciar los cabildos, los cultos o las salidas profesionales. Aquellas reliquias servían para informar a la feligresía y los que se acercaban a la sede de la hermandad. Pero la necesidad de una comunicación más generalizada a todos los hermanos de la corporación, que nunca tienen por qué pasar por la puerta de una iglesia es la que genera después la correspondencia epistolar. Es decir, que después de la convocatoria ya tenemos la segunda forma de comunicación entre los hermanos, que es la carta que se envía. Carta con convocatoria de cultos, con cabildo, que se envían de manera general o selectiva, ya que a veces en algunas cofradías aún a las hermanas no se las convoca a cabildo o a elecciones porque no tienen derecho al sufragio o al voto.

Sin embargo, con el devenir de los tiempos, la hermandad tiene mucho más que contar a los hermanos que las citas habituales. Hay estrenos, necesidad de anunciar proyectos, también es necesario que el hermano haga más suya la cofradía, conociendo su historia. Es conveniente que el hermano conozca los presupuestos. Estos son datos que se insertan normalmente en los Boletines de las Cofradías. También en cierto momento, al principio de la década de los setenta, en la crisis más importante que han tenido las cofradías, incluso más importante que la de la Segunda República, las cofradías creyeron necesario utilizar un Boletín para trasladar la doctrina de la Iglesia, para que quedara constancia de la vida espiritual de las distintas hermandades. Es entonces cuando se fijan el Boletín de las Cofradías de Sevilla, editado por el Consejo, un órgano que existe desde el año 1966, y empieza de manera masiva a publicarse el Boletín propio de las hermandades. Esto se debe a que hay una necesidad interna de información. Es decir, más allá de la carta, de la convocatoria, existe la necesidad de que los hermanos conozcan datos de la vida de la cofradía. Este es un cometido que actualmente cumplen, con mayor o menor suerte, todos los Boletines que editan las hermandades de Sevilla y de su provincia: la Comunicación Interna.

3. NECESIDAD DE PROYECTAR LA IMAGEN AL EXTERIOR

Ya hemos definido al Boletín como un elemento de información hacia el interior de la cofradía. Pero mucho antes de que esta función quedara plasmada en

papel impreso, algunas cofradías utilizan los boletines y revistas para recrear su existencia. Es decir, se trata de las revistas de primavera, un género, creo casi único y exclusivo de las ciudades de Sevilla, Jerez y Málaga, y de algunos pueblos también de estas provincias. Estas revistas, de las que existe un magnífico estudio publicado en el año 1981 por Ramón Martín Cartalla, en el diario *ABC*, ofrecen artículos literarios, reportajes fotográficos, poesías, es decir, ofrecen el universo lírico de la Semana Santa, con lo cual se entiende que también son una proyección de las cofradías hacia el exterior, hacia la sociedad en general, y para consumo de aquellos circunstancias, altruismo, historia o por arte, sienten la necesidad de conocer aspectos de la Semana Santa de Sevilla. La revista de primavera pionera es *Pasión*, del año 1912, y otras importantes han sido *Amargura*, *Calvario*, *Amor*, *Macarena*, *Alma de Sevilla*, *Albores de Primavera*. Algunas de estas revistas eran editadas por las propias hermandades o por personas directamente vinculadas a las cofradías que se encargaban de su gestión y comercialización. El contenido de estas revistas de primavera era mayoritariamente publicitario. Se trataban de revistas comerciales con el argumento de la Semana Santa. Pero en el año 1966 ocurre algo importante: la Hermandad de la Estrella publica una revista con la única intención de proyectar hacia el exterior la vida, muy pujante en aquellos momentos, de esta corporación trianera una vez que había pasado el rubicón que por entonces dividía a las hermandades en precario y a las hermandades con capacidad económica. Es decir, esta revista, *Estrella*, de 1966 sirve fundamentalmente para dar a conocer que una cofradía muy humilde, con escasos recursos económico, había conseguido subir un escalafón, situarse en una posición superior. Es decir, que las publicaciones de las hermandades también sirven para proyectar la imagen de las cofradías.

Desde hace unos años, coincidiendo con la importante evolución que ha tenido la Información Cofradiera en Medios escritos y audiovisuales, las hermandades también cuidan bastante su imagen o lo que es la difusión de sus noticias. Por lo general, los periodistas no nos solemos encontrar con demasiados problemas, aunque hay algunos casos singulares, como el de aquellos hermanos mayores que utilizan ya la jerga profesional hablando de exclusiva cuando se dirigen a un periodista para ofrecerles una información concreta, o aquellos otros que presionados por algún miembro del gremio, que de todo hay, o quizás interesados en que su información se cuide bien, firman una exclusiva simbólica con determinado Medio de Comunicación, con lo cual se garantiza el buen tratamiento a cambio de ofrecer una noticia de primera mano. Existen hechos constatables de talleres de artesanía, concretamente el taller de Fernández y Enriquez de Brenes, de bordados, que tienen firmada esta exclusiva no escrita con el diario *ABC*, en el cual ofrecen la constancia gráfica de estas noticias. Es curioso y es una realidad, por eso la cuento, que cada vez que un periodista de otro Medio de Comunicación acude a estos talleres a interesarse por una noticia, al día siguiente la ve publicada en *ABC* que, por cierto, da también muy buena información de las cofradías.

El Boletín de cada cofradía podría también ser cauce para ofrecer y publicar noticias de primera mano, porque la difusión de esta información también afecta a la imagen de la corporación. Es decir, los Boletines deberían expresar la postura oficial de la hermandad. Al igual que los portavoces de ayuntamientos, gobiernos autonómicos, gobiernos centrales ofrecen la visión de esa institución, las cofradías deberían ofrecer también la visión de éstas. Existe un caso concreto, que puede que conozcáis, que ocurrió en la Cuaresma de 1995 en la Hermandad del Buen Fin; el Cristo de esta hermandad sufre un lamentable accidente que casi impide que la imagen pudiera salir, ocasionándole destrozos a la imagen; inmediatamente se reúne la junta de gobierno y, como pasa en la Junta de Andalucía, los sindicatos,... etc., se fija la postura oficial de la hermandad: al Cristo no le ha pasado nada; el único portavoz autorizado en este caso es el hermano mayor, nadie más de la junta puede hablar del accidente del Cristo; esta versión se da por oficial. Las versiones oficiales nunca son las verdaderas. Hay Medios de Comunicación que investigan la caída y ofrecen la noticia de la caída y rotura del Cristo, aunque la Hermandad mantiene la postura de que el accidente no tuvo grandes repercusiones y que no era verdad lo que estaban contando los Medios. Tres meses después, en un Cabildo, el hermano mayor, portavoz oficial en este caso, contó la versión cierta y justificó no haber dado a los Medios de Comunicación todos los datos sobre el accidente, en función de que las autoridades culturales de la Junta de Andalucía podían haber impedido ese año la salida del Cristo.

En definitiva, las hermandades tienen necesidad de comunicar hacia el interior, necesidad de proyectar una imagen y también en casos aislados, como este del Buen Fin, existe la necesidad de fijar una postura oficial. Estamos hablando de los Boletines como reflejo de la imagen de una cofradía, y en este sentido, merece la pena de destacar varios casos de entre el amplio catálogo de Boletines que se editan en Sevilla:

El de la Hermandad del Calvario. Su contenido, sus noticias, donde no se escapan los problemas que puede tener la cofradía con la cuadrilla de costaleros, y su atrevimiento fotográfico. Esto nos da a entender que la Hermandad del Calvario es una cofradía joven y moderna, que quiebra un poco la imagen del capillita como una persona antigua, anquilosada, encerrada en sí misma e intolerante.

El volumen de páginas de cada Boletín y la profusión de medios que utilizan reflejan la verdad de la hermandad. El de la Hermandad de la Macarena tiene un volumen importante de páginas. Se trata de una cofradía con una potente estructura interna, fruto quizás de la devoción que alcanza la imagen de la Virgen.

Y el otro Boletín que pongo como ejemplo es el que se denomina *Hermanos*, de la Hermandad de la Sed, que a su corrección, suma en el último número un caso inédito en este tipo de publicaciones: un estudio de situación económico-

financiera sobre las posibilidades de construir una capilla propia. Es decir, una especie de plan general absolutamente impecable: un estudio de necesidades, un estudio económico, un estudio financiero y la propuesta que hace la junta de gobierno. Es más, en un periódico en el que colaboro, *Sevilla Información*, estuvimos pensando titular la noticia: «La Sed, S.A.», al parecer un estudio realizado por un gabinete económico, por un consejo asesor o un consulting de imagen.

He puesto el ejemplo de tres Boletines que son los que, con más claridad, proyectan la imagen de la hermandad que los edita. Claro que también ocurre lo contrario: publicaciones cuya ausencia de medios y ausencia de ideas, delata otra ausencia en la vida de la hermandad. Boletines destacados en el panorama por su calidad son los de La Paz, los de La Estrella, La Amargura, Santa Marta, Las Penas de San Vicente, el Baratillo, el Cachorro o la Soledad de San Lorenzo. En muchos de ellos se nota la mano del profesional, del periodista, que en muchas ocasiones hace más interesantes los artículos que si éstos fueran escritos por la mano del lego, del aficionado, que generalmente resultan espesos para el lector.

4. TENDENCIAS DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

¿Cuáles son las tendencias de los Boletines de los últimos años? La presencia de profesionales de la Información en el proceso de elaboración de un Boletín se ve reflejada en la calidad. No hay más que ojear y analizar publicaciones de hace diez años, en las que a la monotonía formal se unía un cierta reiteración de los contenidos, porque en la mayoría de las publicaciones no faltaba el editorial (a veces firmado), el «habla el hermano mayor», el «habla el director espiritual», «Secretaría informa», «Mayordomía informa», «Archivo histórico», poesías —todas las del mundo—. Algunas de estas piezas servían más para recreo u autocomplacencia del que las escribía. En este caso, a los periodistas estas piezas suelen servirnos de poco, aunque hay algunas otras, como los datos económicos de la hermandad, que sirven un poco para hacernos una idea del volumen de dinero que mueven ya las cofradías. Y no sólo a nosotros. La Delegación Especial de Hacienda para Andalucía ha utilizado estos datos de los Boletines para iniciar esta particular cruzada, empezada ya hace años, sobre a dónde van los dineros de las cofradías. Estos Boletines antaño copiaban al del Consejo en su aspecto formal: tamaño cuartilla, a dos columnas y de una pesadez constante. Hoy, la utilización de los programas de ordenador, principalmente el Publisher, y la incorporación de personas del oficio, han hecho de muchos Boletines, revistas que no deben quedar ahí, sino evolucionar, es decir, se nota una tendencia a la mejoría.

5. EL BOLETÍN DEL CONSEJO

Hablando de evolución, merece un poco la pena hablar del Boletín de las Cofradías de Sevilla, ahora que atraviesa un momento de profunda crisis, cuyo origen está en el uso que quiere hacer de él el Consejo General de Hermandades y Cofradías de Sevilla.

Este Boletín fue fundado ahora hace cuarenta años y nació como sucesor de aquél *Boletín del Capillita*, pionero en información exclusivamente cofradiera. Su primer director, Juan Marín Vizcaino, lo definió como un Medio de Información y propaganda cofradiera. Es decir, no sólo para ofrecer noticias de actos y cultos, sino también para propagar cierta idea de las hermandades y cofradías de Sevilla. Marín Vizcaino hace del Boletín su vida o su vida es el Boletín. Así queda reflejado. A él le sucede Antonio Silva de Pablos, que produce una revolución al introducir el color y un carácter más periodístico en la edición de esta publicación. Sobre todo, al contar con periodistas para las noticias y reportajes. Silva se encuentra con la dificultad de que está trabajando en una revista por encargo, y que el patrón, en este caso el Consejo de Cofradías, impone más allá de lo que es la línea editorial.

Tras el paso de Silva, llega José María Fuertes, un abogado con experiencia en el mundo de la revistas de primavera, ya que había publicado a principios de los ochenta una revista llamada *Sevilla Nuestra*, con publicidad y textos. Y dota al Boletín de un carácter más gráfico, y sobre todo seccionado. A finales de 1992, este director vio como por orden de un consejero, se tuvieron que parar las máquinas de la imprenta para sacar del número que se estaba imprimiendo un artículo firmado por él mismo, en el que criticaba unas declaraciones de monseñor Amigo Vallejo, que se mostró no partidario de coronar canónicamente a la Inmaculada del Postigo del Aceite. Afortunadamente quedan algunos ejemplares no censurados. Fuertes abandona la dirección e la revista para dedicarse a la canción ligera y le sustituye José María Lobo, un excelente fotógrafo del mundo de las cofradías. Lobo intenta introducir novedades en la línea informativa del Boletín, pero choca con la postura oficial del Consejo de Cofradías. En la primavera de 1996 anuncia su marcha y , cuando se prepera este texto (diciembre de 1996) continúa la espera, porque el organismo que agrupa a las hermandades y cofradías de Sevilla todavía no ha encontrado a una persona para ocupar la dirección del Boletín de las Cofradías. O mejor dicho, ha encontrado a personas, pero éstas se han negado a asumir la dirección, dada las condiciones impuestas por el Consejo de Cofradías. Entre éstas, que no haya periodistas en los alrededores del Boletín, o sea, que no participen en la confección del Boletín. Es quizás, la consecuencia de un problema que el organismo que agrupa a las hermandades y cofradías no haya asumido todavía que el mundo de la Información Cofradiera se encuentra en una evolución interesante, solucionando algunos problemas endogámicos propios de los inicios o de la evolución de toda actividad. Incluso en el mismo Consejo se desató en ciertos momentos una especie

de caza de brujas para saber cuál de los miembros filtraba a la Prensa las noticias.

El problema del Boletín es, a mi juicio, su involución sostenida. Los grandes avances en lo formal y en lo profesional, dado por algunos de los directores, han sido seguidos de retroceso, quizás por la ausencia de una estructura sólida de la publicación donde no existe una redacción, sino simplemente el director y los responsables que van recibiendo los artículos.

6. EL FUTURO

¿Y cuál es el futuro? Yo no creo que en las hermandades se creen Gabinetes de Prensa e Imagen, para ordenar su Comunicación con el exterior. Tampoco creo que pongan en marcha su emisora de Radio o su emisora de Televisión. El Boletín es el medio natural de su expresión y su relación. Y quizás el trabajo del futuro sea mejorar lo que tenemos. Es decir, que las propias hermandades hagan más profesionales los Boletines, y que el Consejo haga más profesional el Boletín de las Cofradías de Sevilla.

Siempre se ha dicho que la Información Cofradiera interesa bastante en la ciudad, que vende mucho. De hecho, hay periódicos como *El Correo de Andalucía* que, durante la etapa en que ofrece las láminas de Semana Santa, experimenta un fuerte aumento de su venta. Hay además Secciones de cofradías en todos los periódicos sevillanos. Y uno se pregunta: si interesa tanto la Información Cofradiera, el Boletín de las Cofradías tendría que venderse más que el Interviú. Y no se vende más que éste porque es un producto cuando menos, no bueno.

También se ha apuntado, cuando se hablaba del futuro, la incorporación de las hermandades a las nuevas tecnologías. Y hay una que lo ha hecho, y eso nos satisface a todos. Si tenéis Internet, hay una hermandad, la de Las Penas de San Vicente, que tiene una página web. Así, desde todo el mundo se puede consultar las noticias de actualidad de esta hermandad en el ciberespacio. Por lo tanto, esta telaña de la Comunicación que es Internet, ya destila cierto aroma de incienso, por las páginas que hacen referencia a la Semana Santa. Este puede que sea uno de los caminos que las hermandades de Sevilla pueden seguir para aumentar la Comunicación hacia dentro y, sobre todo, algo muy importante, para aumentar la Comunicación hacia el exterior.

Capítulo 23

Los Boletines vistos desde *TVE en Andalucía* *

Fernando Carrillo **

Que el «I Encuentro sobre Información Cofrade» estuviese dedicado a «Periodismo y Cofradías» y el «II» a los «Boletines de Hermandades», supone que en el espacio universitario existe la inquietud por un fenómeno fundamental de la vida de Sevilla como es el de la Semana Santa. Bien entendido que el mismo no se limita a unos pocos días del año, sino que permanece y continúa a lo largo de todo él con la vida de sus hermandades y cofradías.

Pero si es importante constatar todo esto, no lo es menos analizar su situación real, sus riesgos y amenazas. Y ésta pienso que es una de las principales razones para organizar estos Encuentros. Porque, más allá de la pompa con que se vive en las calles de Sevilla la Semana Santa, cabe plantearse una serie de dudas y preguntas sobre este fenómeno en relación a los Medios de Comunicación y a los propios Boletines de Hermandades sevillanas.

Cuando hace ahora veinte años llegué a Sevilla, procedente de tierras del Norte en donde esas vivencias son más interiores, privadas, sin boato y sin multitudes, la Semana Santa de esta ciudad me desbordó. Pero, también es cierto, que

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Jefe de Informativos y Programas de *TVE en Andalucía*.

entonces encontré en las redacciones de los Medios de Comunicación sevillanos a una serie de redactores capacitados para explicar y contar ese fenómeno. Por limitarme a antiguos y excelentes compañeros de Radiotelevisión Española, y consciente de que quizás olvido a los mejores, he de citar aquí nombres de compañeros como José Luis López Murcia, José Luis Garrido Bustamante, Antonio Gamito Guzmán, Antonio Vázquez Capilla, José Luis Montoya o José García Galván. Esos y otros profesionales supieron narrar para propios y extraños la Semana Santa de Sevilla, la devoción envuelta en fiesta, el piropro hecho oración, el recogimiento y la exaltación. Sus estilos quizás hayan quedado hoy algo anticuados. Pero sus oratorias, sus bagajes de conocimientos sobre la Semana Santa y cuanto la rodea y la hace viva, fueron una lección de personalidad... hoy prácticamente desaparecida.

Y a este punto es donde yo quería llegar. A la desaparición en nuestras salas de redacción, en nuestros equipos de periodistas, de profesionales capacitados y preparados para narrar adecuadamente la Semana Santa de Sevilla. Confieso (y me preocupa hondamente) que desde hace unos años, cuando llegan esas fechas, es muy difícil encontrar entre nuestras plantillas de redactores a aquellos que estén capacitados para cubrir esa información adecuadamente. Las nuevas generaciones que han ido saliendo los últimos años de las Facultades de Ciencias de la Información, están mal preparadas en general, padecen unas lagunas de conocimiento profesional que asombran al telefonista o al ordenanza de cualquier periódico o televisión. Pero, además, lo ignoran prácticamente todo sobre la Semana Santa de su propia ciudad como fenómeno informativo. Diré más, la consideran una noticia menor, la desprecian, y hay que llevarles poco menos que obligados a cubrirla. Algo que, por otra parte, hace mal, ya que desconocen gran parte de su trascendencia, historia e incluso lenguaje.

Y estoy hablando de jóvenes periodistas que, nacidos en Sevilla, han sido costaleros y pertenecen desde niños a varias hermandades. No importa. A la hora de informar, a la hora de contar al público el transcurrir de una cofradía, de sus pasos de palio, de sus cristos agonizantes, esos redactores confiesan su incapacidad más absoluta.

Por todo ello, y en el contexto del «Encuentro sobre Información Cofrade», me permito plantear si no tendremos que adoptar medidas urgentes para solucionar ese problema; si los responsables de los Medios de Comunicación, los de esta Facultad que nos acoge, y los de los Boletines cofrades, no deben hacer examen de conciencia para hacer frente a ese reto, cada año más acuciante.

En diciembre de 1995, el entonces presidente de la Asociación de la Prensa sevillana, Santiago Sánchez Traver, decía en la apertura del «I Encuentro sobre Información Cofrade» que *«hoy en día todas las instituciones, todas las entidades, necesitan una capacidad de comunicación, una capacidad de información, y creo*

que éste es el momento para que las hermandades entren en la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla»¹.

Por mi parte añadiré algo más. Creo que éste es también el momento para que las cofradías de Sevilla dejen de mirar su propio ombligo complaciente y se preocupen por el futuro, por conseguir una iniciativa informativa desde las propias hermandades, más allá de la mera notificación de cultos que ahora se hace, de los estrenos patrimoniales o de las fotos de la nueva junta de gobierno.

Si nuestras hermandades y cofradías no aprenden muy pronto cómo han de vender su mercancía de espiritualidad, corren el riesgo de no encontrar mañana compradores.

Si sus Boletines se siguen reduciendo a una historia de la hermandad, a una fotografía con sus símbolos heráldicos y al recordatorio de sus reglas, con el consabido rincón de poesía religiosa, su utilidad habrá quedado reducida a un mero uso interno de eficacia limitada.

Creo que es hora de que esos Boletines cofrades pasen de manos bienintencionadas a otras profesionales. Creo que es hora de que los responsables de las hermandades y cofradías de Sevilla se planteen una relación con los Medios de Comunicación más allá de las agendas de cultos. Creo, en resumen, que es necesario mirar al futuro si queremos que, cuando llegue, haya en nuestra redacciones alguien capacitado para contarlo con la pulcritud, la seriedad y el conocimiento que la Semana Santa se merece.

¹ N. de e.: Véase SÁNCHEZ TRAVER, Santiago: « Ante un Periodismo Cofrade » en 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, págs. 13 y 14.

**Los Boletines vistos desde
Radio Nacional de España ***

José Domingo Sanmartín **

El historiador y profesor de Historia Medieval José Sánchez Herrero aseguró en cierta ocasión que «no se puede conocer a fondo la historia de Sevilla si se ignora la de sus hermandades». Esta aseveración la hizo con motivo de la creación y potenciación de grupos de investigación, promovidos en 1988 por la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, a través de los Departamentos de las diferentes Facultades y escuelas de las Universidades andaluzas. Una opinión que comparto. Sin llegar a constituir un poder fáctico –algo no deseable– la vinculación de las hermandades y cofradías hispalenses a la historia, evolución y comprensión de la ciudad es tal, que difícilmente podríamos conocer a fondo a Sevilla sin la aportación de sus hermandades en todos los órdenes de la vida. De ahí su peso específico en nuestra sociedad actual.

Pero lo mismo que no podríamos conocer a fondo la historia de esta ciudad si ignoramos las de sus cofradías y hermandades, tampoco podríamos conocer a fondo las hermandades y cofradías sin el órgano difusor de sus Boletines. Vivimos una época donde la comunicación es parte primordial de nuestra propia superviven-

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director de *Radio Nacional de España* en Sevilla y Andalucía.

cia. Una persona sin información es una persona sin opinión y todos, absolutamente todos, necesitamos intervenir, de una u otra, directa o indirectamente, en el diario debate de la vida. Aportando nuestro granito de arena en el desarrollo y evolución de la sociedad. En una palabra, opinando. Un concepto cada vez más extendido.

Desde que en octubre de 1959, se editará el primer *Boletín de las Cofradías*, órgano oficial del Consejo de Hermandades y Cofradías de Sevilla, los sevillanos, cofrades y no cofrades, comenzaron a conocer las interioridades de nuestras agrupaciones religiosas. La hermandades dejaron de constituir un coro reservado a los hermanos. Abrieron una ventana al exterior, por donde comenzó a fluir todo cuando concernía, de un modo u otro, a los sevillanos en general. Este Boletín nace a raíz del titulado *Martes Santo*, ya existente, gracias a la iniciativa de José Luis Pedregal (de la Comisión de Penitencia de las Cofradías hispalense) y de varios hermanos de distintas hermandades, muy cofrades todos ellos, como Juan Delgado Alba o José Luis Vizcaíno, por poner sólo dos ejemplos. Su misión no era otra que la divulgación puntual de noticias referentes a todas las hermandades, con secciones tan entrañables como «Curiosidades, anécdotas y leyendas», «Noticiero», «Consultorio-Estafeta» o «Las Cofradías y sus cultos».

El Boletín de las Cofradías de Sevilla sería, a su vez, la simiente de los siguientes Boletines, que actualmente editan la casi totalidad de las hermandades sevillanas. Pongo por ejemplo el titulado *Esperanza nuestra*, editado por la Real Hermandad y Cofradía de Nazarenos de Nuestro Padre Jesús de la Sentencia y María Santísima de la Esperanza Macarena, auténtico compendio de la vida interna de la hermandad y un alarde de presentación, con ilustraciones y opiniones del más alto nivel editorial, órgano de la que está considerada como la más popular y universal entre todas las hermandades sevillanas; esta publicación constituye no sólo un medio directo de información, para cofrades y no cofrades, sino un lazo de unión de los sevillanos con la sin par hermandad de barrio macareno y un reclamo de vivencia social y religiosa para cuantos demuestran escaso interés por la vida de nuestras corporaciones nazarenas.

Al margen de la actualidad cofradiera, con amplia información sobre los triduos, quinaros y novenas en honor de las titulares de cada hermandad, los Boletines sacan a la luz pública algo que la mayoría de las corporaciones atesoran en sus dependencias. Me refiero a los archivos de las hermandades, algunos no clasificados aún convenientemente, pero todos de un alto valor histórico y literario. Ir conociendo esa documentación de siglos, representa para todos los sevillanos ir conociendo, paralelamente, la historia de esta ciudad milenaria, sus siglos de esplendor y sus siglos de miseria, sus avatares históricos, sus costumbres religiosas y profanas... Por todo ello, los Boletines de las Hermandades de Sevilla constituyen un medio indispensable para cuantos nos interesamos en descubrir la Sevilla oculta: la que bulle y vibra tras los muros de un templo o la fachada de una casa de

hermandad, y la que, a pesar todas las publicaciones habidas sobre la historia de la ciudad, aún permanece ajenas a los sentimientos históricos de un pueblo. Representan un vínculo de unión y un órgano de información. No hay que temer por su desaparición por mucho que cambien los tiempos. La hermandades y cofradías de Sevilla continuarán actualizándose, adaptándose a cada momento y a cada época. Pero siempre necesitarán de estos Medios de Comunicación para mantener intacta su relación directa con el pueblo.

Estamos hablando de los «Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales». Como director territorial de *Radio Nacional de España* en Andalucía, puedo asegurar que estos Boletines nos son de gran utilidad para llevar a cabo nuestro deber informativo. Deber que, aunque no lo parezca, también abarca, y mucho, a la parcela de las hermandades y cofradías, especialmente de penitencia, sin cuya existencia, repito, desconoceríamos totalmente el concepto «Sevilla» como pueblo. Recibimos todos los Boletines que se editan con encomiable puntualidad y amable disponibilidad. Y como si de una remesa de «fax» de especializado contenido se tratara, si disponemos en unos minutos de todo cuanto puede interesar a la Sevilla cofrade. Ni que decir tiene que nos dan el trabajo hecho. El paso siguiente, al que estamos obligados como medio público de Comunicación, es trasladar su contenido al oyente, adaptándolo, lógicamente, al lenguaje radiofónico.

Por todo ello, sobra incidir sobre mi punto de vista al respecto. La hermandades cumplen su misión, que es la de llevar a cabo sus fines sociales, cristianos y divulgativos, valiéndose de sus Boletines periódicos. Y nosotros, los Medios de Comunicación Audiovisuales, creemos cumplir con el nuestro, que no es otro que el de servir de plataforma de lanzamiento de esa información. Y, en consecuencia, contribuir al conocimiento por parte de todos, de la importancia y trascendencia de las distintas hermandades y cofradías sevillanas, en el compromiso social de nuestra capital.

**Los Boletines vistos desde
Radio Nacional de España ***

José Domingo Sanmartín **

El historiador y profesor de Historia Medieval José Sánchez Herrero aseguró en cierta ocasión que «no se puede conocer a fondo la historia de Sevilla si se ignora la de sus hermandades». Esta aseveración la hizo con motivo de la creación y potenciación de grupos de investigación, promovidos en 1988 por la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, a través de los Departamentos de las diferentes Facultades y escuelas de las Universidades andaluzas. Una opinión que comparto. Sin llegar a constituir un poder fáctico –algo no deseable– la vinculación de las hermandades y cofradías hispalenses a la historia, evolución y comprensión de la ciudad es tal, que difícilmente podríamos conocer a fondo a Sevilla sin la aportación de sus hermandades en todos los órdenes de la vida. De ahí su peso específico en nuestra sociedad actual.

Pero lo mismo que no podríamos conocer a fondo la historia de esta ciudad si ignoramos las de sus cofradías y hermandades, tampoco podríamos conocer a fondo las hermandades y cofradías sin el órgano difusor de sus Boletines. Vivimos una época donde la comunicación es parte primordial de nuestra propia superviven-

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director de *Radio Nacional de España* en Sevilla y Andalucía.

cia. Una persona sin información es una persona sin opinión y todos, absolutamente todos, necesitamos intervenir, de una u otra, directa o indirectamente, en el diario debate de la vida. Aportando nuestro granito de arena en el desarrollo y evolución de la sociedad. En una palabra, opinando. Un concepto cada vez más extendido.

Desde que en octubre de 1959, se editará el primer *Boletín de las Cofradías*, órgano oficial del Consejo de Hermandades y Cofradías de Sevilla, los sevillanos, cofrades y no cofrades, comenzaron a conocer las interioridades de nuestras agrupaciones religiosas. La hermandades dejaron de constituir un coro reservado a los hermanos. Abrieron una ventana al exterior, por donde comenzó a fluir todo cuando concernía, de un modo u otro, a los sevillanos en general. Este Boletín nace a raíz del titulado *Martes Santo*, ya existente, gracias a la iniciativa de José Luis Pedregal (de la Comisión de Penitencia de las Cofradías hispalense) y de varios hermanos de distintas hermandades, muy cofrades todos ellos, como Juan Delgado Alba o José Luis Vizcaíno, por poner sólo dos ejemplos. Su misión no era otra que la divulgación puntual de noticias referentes a todas las hermandades, con secciones tan entrañables como «Curiosidades, anécdotas y leyendas», «Noticiero», «Consultorio-Estafeta» o «Las Cofradías y sus cultos».

El Boletín de las Cofradías de Sevilla sería, a su vez, la simiente de los siguientes Boletines, que actualmente editan la casi totalidad de las hermandades sevillanas. Pongo por ejemplo el titulado *Esperanza nuestra*, editado por la Real Hermandad y Cofradía de Nazarenos de Nuestro Padre Jesús de la Sentencia y María Santísima de la Esperanza Macarena, auténtico compendio de la vida interna de la hermandad y un alarde de presentación, con ilustraciones y opiniones del más alto nivel editorial, órgano de la que está considerada como la más popular y universal entre todas las hermandades sevillanas; esta publicación constituye no sólo un medio directo de información, para cofrades y no cofrades, sino un lazo de unión de los sevillanos con la sin par hermandad de barrio macareno y un reclamo de vivencia social y religiosa para cuantos demuestran escaso interés por la vida de nuestras corporaciones nazarenas.

Al margen de la actualidad cofradiera, con amplia información sobre los triduos, quinaros y novenas en honor de las titulares de cada hermandad, los Boletines sacan a la luz pública algo que la mayoría de las corporaciones atesoran en sus dependencias. Me refiero a los archivos de las hermandades, algunos no clasificados aún convenientemente, pero todos de un alto valor histórico y literario. Ir conociendo esa documentación de siglos, representa para todos los sevillanos ir conociendo, paralelamente, la historia de esta ciudad milenaria, sus siglos de esplendor y sus siglos de miseria, sus avatares históricos, sus costumbres religiosas y profanas... Por todo ello, los Boletines de las Hermandades de Sevilla constituyen un medio indispensable para cuantos nos interesamos en descubrir la Sevilla oculta: la que bulle y vibra tras los muros de un templo o la fachada de una casa de

hermandad, y la que, a pesar todas las publicaciones habidas sobre la historia de la ciudad, aún permanece ajenas a los sentimientos históricos de un pueblo. Representan un vínculo de unión y un órgano de información. No hay que temer por su desaparición por mucho que cambien los tiempos. La hermandades y cofradías de Sevilla continuarán actualizándose, adaptándose a cada momento y a cada época. Pero siempre necesitarán de estos Medios de Comunicación para mantener intacta su relación directa con el pueblo.

Estamos hablando de los «Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales». Como director territorial de *Radio Nacional de España* en Andalucía, puedo asegurar que estos Boletines nos son de gran utilidad para llevar a cabo nuestro deber informativo. Deber que, aunque no lo parezca, también abarca, y mucho, a la parcela de las hermandades y cofradías, especialmente de penitencia, sin cuya existencia, repito, desconoceríamos totalmente el concepto «Sevilla» como pueblo. Recibimos todos los Boletines que se editan con encomiable puntualidad y amable disponibilidad. Y como si de una remesa de «fax» de especializado contenido se tratara, si disponemos en unos minutos de todo cuanto puede interesar a la Sevilla cofrade. Ni que decir tiene que nos dan el trabajo hecho. El paso siguiente, al que estamos obligados como medio público de Comunicación, es trasladar su contenido al oyente, adaptándolo, lógicamente, al lenguaje radiofónico.

Por todo ello, sobra incidir sobre mi punto de vista al respecto. La hermandades cumplen su misión, que es la de llevar a cabo sus fines sociales, cristianos y divulgativos, valiéndose de sus Boletines periódicos. Y nosotros, los Medios de Comunicación Audiovisuales, creemos cumplir con el nuestro, que no es otro que el de servir de plataforma de lanzamiento de esa información. Y, en consecuencia, contribuir al conocimiento por parte de todos, de la importancia y trascendencia de las distintas hermandades y cofradías sevillanas, en el compromiso social de nuestra capital.

Capítulo 25

Los Boletines vistos desde *Radio Sevilla-Cadena Ser* *

Juan Eloy Durán **

Mi exposición, obviamente, será como periodista, si bien va a ser difícil olvidarme de mi condición de cofrade desde hace muchos años. Intentaré, por tanto, dar la de cal y la de arena.

El Boletín de las Hermandades de Sevilla es un género relativamente nuevo. En su mayoría, cuentan con no más de veinticinco años de antigüedad y, como todo género nuevo, todavía tiene que evolucionar o, al menos eso sería lo deseable. En la actualidad, los Boletines de las Hermandades están realizados, y los que pertenecen a alguna junta de gobierno de hermandad saben que es cierto, por hermanos que, en su mayoría, no tienen vinculación alguna con los Medios de Comunicación. Lo que hace que, en muchos casos, y lo digo con el mayor cariño y reconociendo de antemano el esfuerzo que hacen, que los Boletines sean casi escolares. Probablemente, si las hermandades, por lo menos aquellas, que haberlas «hailas», a las que les sea posible, incorporaran a algunos hermanos vinculados a los medios audiovisuales, este aspecto se solucionaría más, y en primer lugar, para las propias hermandades.

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Subdirector de *Cadena Ser* en Sevilla

No olvidemos que el Boletín es a lo largo de gran parte del año el cordón umbilical, el único contacto entre la propia hermandad y sus componentes. En ese deseo de análisis, de disección, aunque sea lo más rápidamente posible, y como en definitiva se trata de enjuiciar, labor que puede no ser agradable, pero sí necesaria, vamos a entrar en un apartado que yo he denominado el de los errores formales.

Y hay un gran error formal muy habitual: firmar los editoriales y, principalmente, por el hermano mayor. Se trata de un error formal, desapercibido normalmente, por no decir siempre por el hermano, pero, sin embargo, para el profesional evidencia la ausencia al frente de los Boletines de gente especializada en la Comunicación escrita.

El tratamiento de la publicidad, en la mayoría de las ocasiones, no es el más idóneo. Los responsables de los correspondientes Boletines suelen agruparla al final de éstos en varias páginas seguidas, lo que provoca que el lector ni siquiera se fije en ella. Sin pensar que, de alguna manera, están matando, o a punto de matar, a la «gallina de los huevos de oro», ya que se está haciendo un flaco favor a los anunciantes gracias a los cuales los Boletines pueden salir a la calle.

El formato es prácticamente el mismo para todos. En este punto y, probablemente hay más, yo diferenciaría los Boletines de La Sed y El Baratillo, que han optado por la transformación del Boletín en más formato de revista. Este formato, al ser mayor, permite abandonar la típica diagramación a dos columnas o los textos estilo carta, ofreciendo mayores posibilidades para el tratamiento de los temas.

¿Cuál es el fin del Boletín? Probablemente sobre esto podría discutirse mucho. Pero el Boletín ha de servir básicamente como artículo de Comunicación Interna de las hermandades con sus hermanos. Esto es algo que normalmente imagino que se consigue, si bien de una manera poco atractiva. Su excesiva aridez hace que la lectura de algunos de estos Boletines sea una ardua labor.

Por lo que se refiere a la utilidad para los Medios de Comunicación, los Boletines sirven para las pequeñas noticias, los cotilleos, las anécdotas que, como decimos los periodistas, dan color a la información. Los temas importantes y destacados no aparecen hasta que, como es lógico, son hechos consumados, ya que, insistimos, no hay periodistas detrás de estas publicaciones. Como ejemplo de olvido basta señalar, me lo apuntaba un compañero de la Radio, y sin querer personalizar en ninguna, una anécdota que surgió en la Hermandad del Baratillo, la cual no publicó en su momento en el Boletín que a su Virgen titular se le había añadido una nueva lágrima, cuando de todos es sabido, especialmente por los cofrades, que este tipo de noticias suele tener bastante aliciente para los hermanos e, incluso diría, porque todos en el fondo somos cotillas, para los no hermanos.

Capítulo 26

Los Boletines vistos desde *Canal Sur-Televisión* *

Santiago Sánchez Traver **

El mundo de las hermandades y cofradías y la televisión puede decirse que hasta ahora apenas se han puesto en contacto aun cuando ambos se mueven en la esfera de la imagen. De la imaginaria a la imagen televisiva. Puede decirse que ambos sobreviven, basan su existencia, se desarrollan y deben interconectarse a través de la imagen. La hermandades y cofradías se fundan en torno a imágenes sagradas, mantienen el culto a las mismas, sacan sus imágenes a las calles, rivalizan en la imagen que los desfiles procesionales dan a los fieles. Viven, en definitiva, en el contexto de unas imágenes que justifican su propia existencia. La televisión también nace por la imagen, por la necesidad de atrapar la imagen, de transformarla en imagen televisiva, de transmitirla a un público receptor. La tarea de ambas es paralela, por tanto, en su concepto y en su desarrollo.

EL TRATAMIENTO

En general, hasta ahora, la televisión ha abordado la cuestión de las cofradías desde un prisma casi exclusivo: el de las retransmisiones, en su cita anual con

* Intervención tenida en el panel «Los Boletines de Hermandades vistos desde los Medios Audiovisuales» celebrado en el «II Encuentro sobre Información Cofrade».

** Director de *Canal Sur-Televisión*

las salidas procesionales. La televisión y las cofradías coinciden, por tanto, en un momento único, en una semana singular, en un exclusivo producto televisivo, el directo de los desfiles procesionales. O, como alternativa, en todo caso, el resumen, en diferido, de los mismos. Se ha estandarizado el tratamiento en estos últimos años, aunque «Encuentros sobre Información Cofrade» como los desarrollados hasta ahora tratarían de dar nuevos cauces de encuentros a ambos mundos. Las cofradías forman una parte importante de los primeros archivos cinematográficos, tal como se han visto últimamente en algunos programas de Canal Sur. Y quiero recordar el último y excelente programa de *Los Reporteros* de la primavera de 1996 dedicado a este tema. Con la aparición de la televisión, las procesiones españolas se asoman a las pantallas de los hogares, especialmente bajo ese especialísimo género del directo en retransmisiones cuidadas. A este proceso se unen en los últimos años las televisiones locales, que con pocos medios, pero sin las constricciones de una parrilla de programación inflexible y con voluntad, en muchos casos no recompensada de los profesionales, consiguen emitir una importante programación de las salidas cofradieras. La televisión regional andaluza no ha estado nunca fuera de este proceso, desde su creación. Tal vez, las dificultades más importantes surgen a la hora de seleccionar las localizaciones concretas cada año por la multiplicidad de ofertas que se ofrecen y los compromisos que se crean en este sentido. Y también, la antedicha rigidez de las parrillas de programación que impiden, en algún caso, completar una retransmisión o darle la prioridad a otra.

OTROS GÉNEROS

Aparte de este género estudiado, el mundo de las hermandades y cofradías —que es un mundo en sí mismo, con sus claves, sus relaciones sociales, etc.— tiene un importante atractivo informativo en toda la geografía andaluza y despierta inusitado interés y hasta pasiones en algunas de las ciudades más representativas. No en vano son parte de las ciudades, de su entramado social, de las características propias de la misma. Es por eso que la televisión, del nivel que sea, debe acudir al mundo de las cofradías abordando otros aspectos y hacerlo en otros tiempos y lugares. No sólo en la Semana Santa sino durante el resto del año. No sólo en el ámbito del desfile procesional, sino en el entorno de todo lo que rodea a las hermandades e incluso los sectores productivos que se derivan de la actividad cofradiera. En definitiva, lo que se llama en términos periodísticos acceder a este entono desde distintos géneros periodísticos. La información constante, la noticia, la entrevista, el reportaje, el documental especialmente. Es esta una labor ya iniciada pero que debemos incrementar a partir de ahora con más interés.

RESPECTO A LOS BOLETINES

En cuanto a la información que los Medios Audiovisuales y las televisiones más en concreto demandaremos en el futuro de las hermandades y cofradías va a ir en este sentido. Y es en este sentido en el que creo y preciso deben orientarse los Boletines de las Hermandades. Desde mi punto de vista entiendo que han sido, en la mayoría de los casos, hasta la fecha, más órganos de difusión interna, que reflejan la vida de la propia sociedad y sus miembros, que elementos de proyección externa hacia la sociedad que les rodea, que es representada a nivel comunicacional por los Medios. ¿Cómo se pueden articular estas demandas de los Medios de Comunicación en los órganos de expresión de las hermandades y cofradías? Esa es la cuestión clave. Consiste, evidentemente, en un cambio de mentalidad que debe reflejarse en los contenidos de los mismos Boletines. A las demandas de los Medios de Comunicación, y en concreto de las televisiones, deben responder con eficacia, claridad y sentido de la oportunidad. Esto pasa por el establecimiento de contactos entre ambos sectores, la televisión y las hermandades, contactos como los anuales «Encuentros sobre Información Cofrade» que ya se revelan positivos para un futuro entendimiento y mejor funcionamiento. Y posteriormente, verter en las publicaciones aquellos cometidos informativos que creo mejor servirán a nuestro profesionales para su formación y conocimiento de las cofradías: información sobre las actividades de las juntas respectivas, historia y documentación actualizada de las hermandades, presencia activa de sus miembros en aquellos productos periodísticos —debates, coloquios, actividades singulares— que lo requieran. La otra cuestión son los profesionales. En mi intervención inicial del «I Encuentro sobre Información Cofrade» me refería muy expresamente a la participación de profesionales experimentados en una asesoría externa en las diversas hermandades¹. La aportación de profesionales que conozcan los Medios, en especial la Televisión, en estos Boletines redundará, sin duda, en el producto final, acercando las hermandades a los Medios, haciendo la Información llamémosle externa, más periodística y preparada y propiciando una mayor proximidad entre las demandas que las Televisiones requieren de este sector y contenidos que después salgan emitidos desde nuestras antenas.

¹ N. de e.: Véase SÁNCHEZ TRAVER, Santiago: «Ante un Periodismo Cofrade» en 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, págs. 13 y 14.

El contenido y sus receptores *

Dra. Pastora Moreno **

La Semana Santa siempre supone un acontecimiento excepcional para su difusión a través de los mass-media. Responder a la pregunta de por qué o para qué se crea un Boletín especializado, en este caso referido a las cofradías, tiene una respuesta relativamente simple. La respuesta es mantener informada a la gente de los pormenores que suceden en una cofradía.

La edición de una revista ocasiona unos gastos que no siempre son rentables, porque en primer lugar, la gente puede no leerlas y en ocasiones los Medios pueden no hacerse eco de estas informaciones. De tal manera, que nos encontramos con que el servicio que se pretende dar a este Boletín no se lleva a buen término, porque las personas relacionadas con la entidad cofrade, receptores primarios de estas publicaciones, no se hagan eco de la información que se da.

Hay que tener presente que el proceso comunicativo tiene una gran connotación sociológica y psicológica. Según Martín Serrano, *«las relaciones sociales en los grupos humanos se efectúan mediante procesos de intercambio de informaciones y afectan al desarrollo de ese intercambio»*¹.

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

** Profesora Titular de Redacción Periodística en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

Por su parte Pedro Orive manifiesta que «*la relación entre Comunicación y Psicología se centra en la intencionalidad de la información, que es tanto como hablar de la humanización del proceso. El hecho informativo aparece siempre ligado a ciertas ideas o significados contenidos en la mente del emisor, a algún sistema de signos físicos que sirven como medio de transmisión, y a la mente de algún receptor a quien va destinado el contenido del mensaje*»²³.

En la práctica, además de la aplicación de estos instrumentos sociológicos y psicológicos, a priori, parece necesario y conveniente, que las entidades cofrades, en este caso, tengan un órgano de información en el que den cuenta de sus actividades, en primer lugar, y como receptores primarios a todas aquellas personas que de alguna manera estén relacionadas con tal entidad.

También parece conveniente que a los Medios de Comunicación les llegue información de las propias entidades cofrades, para que a su través dicha información llegue a la sociedad.

Vista esta situación, la escasa rentabilidad de los Boletines especializados en la Información Cofrade, se puede analizar desde dos puntos de vista. En primer lugar, en lo que se refiere a la rentabilidad en cuanto a los receptores primarios y en segundo lugar, en cuanto a su rentabilidad respecto al eco que se hacen los Medios de Comunicación de los contenidos de dichas publicaciones.

Vamos a empezar a analizar el segundo de estos presupuestos, pero antes vamos a hacer algunas referencias a lo que nos dice el periodismo especializado en cuanto a la elaboración de productos informativos:

1. Uno de los presupuestos generales de los que parte el Periodismo especializado es la adecuación del mensaje tanto en contenido como en lenguaje al receptor. ¿Se han preguntado los editores de los Boletines de Información Cofrade, en cuanto emisores, si el contenido de dichas publicaciones corresponde más al interés de los emisores que al de los receptores? ¿Se han preguntado y han estudiado si realmente el contenido de los boletines es de interés para sus lectores?

Es necesario analizar si dichos contenidos se corresponden o no con las demandas informativas de aquellos receptores a quienes van dirigidas dichas publicaciones.

1 DIEZHANDINO, P.: La especialización en los medios impresos» en BEZUNARTEA y otros: *La Prensa ante el cambio de siglo*. Deusto, Bilbao, 1988, pág. 174.

2 MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.: *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1989, pág. 102.

3 RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1989, pág. 130.

2. Otro de los presupuestos de los que parte el Periodismo especializado es de que para lograr el impacto del mensaje es necesario utilizar además de un mensaje adecuado, un canal de comunicación idóneo. ¿Se han preguntado los reponsables editores de los Boletines de Cofradías si realmente el canal adecuado para llegar a los Medios de Comunicación es un Boletín interno?

La respuesta parece evidente. Si el Boletín interno es un medio adecuado para llegar a esos receptores primarios, no lo puede ser para los Medios de Comunicación, receptores secundarios. Por tanto, podemos llegar a una primera conclusión: si las cofradías desean que los Medios de Comunicación se hagan eco de sus informaciones o de las informaciones que ellos generan, tendrán que buscar otros canales distintos al Boletín para llegar a los Medios de Comunicación. Si intentamos analizar desde un punto de vista teórico el por qué un Boletín de Hermandades no es un canal adecuado para llegar a los Medios, sin hacer un análisis exhaustivo, podemos decir que no se ajusta a las claves periodísticas que se dan en un hecho publicable, como pueden ser los criterios de:

1. Interés.

Una de las características más destacadas de cualquier información es el interés periodístico, lo que atrae la atención del público en general. Según los profesores Fernández del Moral y Esteve *«si una de las condiciones para alcanzar el éxito en la profesión periodística es producir impacto en los centros comunes de interés, y este interés es analizable y cuantificable, una de nuestras primeras preocupaciones deberá ser la de fijar una serie de criterios para determinar el interés potencial de una información»*³⁴.

Por tanto, se trata de que las propias empresas periodísticas se inclinen hacia un tratamiento especializado con la finalidad de ofrecer un producto más interesante, como señala Pilar Diezhandino, *«den un planteamiento empresarial de conjunto acorde con los tiempos, que exigen ofertas diferenciadas para públicos que buscan ávidamente la diferencia»*⁴. Pero ¿interesan las actividades de las cofradías?

2. Actualidad.

Las informaciones se refieren, en general, a hechos inéditos o actuales. Según Martínez Albertos, *«lo normal es que las informaciones versen sobre hechos que son nuevos precisamente porque son actuales, porque se están produciendo casi en el mismo momento en que se transmiten, o con un lapso de tiempo muy corto entre el instante en que los hechos se producen y el instante en que las noticias se*

⁴ CEBRIÁN, M.: *Introducción al lenguaje de la televisión*. Pirámide, Madrid, 1978, pág. 57.

*transmiten a los públicos de los mass-media»*⁵. No obstante, ¿tienen actualidad los hechos supuestamente noticiosos que ocurren en las cofradías y que se transmiten como tales?

3. Competitividad.

Para publicar sólo aquella información que reúna una serie de requisitos concretos y acertados, es preciso, con anterioridad, seleccionar la información o más acertadamente, en palabras de Rodrigo Alsina, *«toda la producción informativa se reduce a dos procesos: el de selección y el de jerarquización. Se trata de seleccionar la información y de determinar la importancia de cada una de las informaciones estableciendo una jerarquización de las mismas»*⁶. Sin embargo, en el proceso de selección de noticias que todo periodista realiza, ¿tiene algún valor la información de las hermandades?

4. Lenguaje.

Siempre se ha considerado el lenguaje como el principal vehículo de comunicación interpersonal. Según Mariano Cebrián *«cuando el hombre se expresa mediante el lenguaje, utiliza lo que el lenguaje tiene de constitución interna, las estructuras, pero a la vez inyecta en ellas las características personales e individuales que en algunas ocasiones pueden ser comunes a las del resto de la sociedad»*⁷. Pero, ¿el periodista entiende realmente el hecho que se le transmite desde la cofradía?

Está claro que si la información que se envía desde la cofradía respondiera positivamente a las cuatro premisas anteriores, el hecho transmitido sería publicado. De lo contrario, no.

Por tanto, las cofradías deberían plantearse muy en serio, si quieren que sus Boletines de Hermandades tengan repercusión en los Medios, el contar con expertos (algunos los llaman «fuente secundaria»), que relacionándose con los Medios de Comunicación supieran transformar con criterios periodísticos los hechos que acaecen en el interior de las cofradías. Evidentemente, eso supondría una inversión y con toda probabilidad los Medios se harían mayor eco, de lo que en la actualidad hacen, de los hechos o actividades de los colectivos cofrades. Y no estamos diciendo nada nuevo. Este proceso es el que se ha seguido en todas las empresas e instituciones que han considerado rentable su presencia informativa en los Medios de opinión pública. Recojemos ahora el primer planteamiento que nos hacíamos: si realmente los Boletines de Información Cofrade son un canal adecuado para llegar a ese público primario, compuesto por todos los hermanos de una cofradía, receptores primarios del Boletín.

En primer lugar, hay que dejar constancia de que los Boletines internos de las empresas e instituciones no siempre han tenido el éxito que se esperaba de los

mismos. Parece lógico, por tanto, que tampoco tengan un excesivo éxito comunicacional los Boletines de Hermandades.

Diversos estudios, relativos a los Boletines de Comunicación Interna, ponen de manifiesto que tango el lenguaje como el contenido de los mismos, responden más al interés del emisor, que al interés del receptor. Es decir, que en esos Boletines, se plasma lo que interesa transmitir a la empresa o a la institución (como emisor) y no lo que interesa a los receptores. En ese conflicto de intereses (puede suceder que haya algo que interese mucho a los receptores pero que en absoluto interese al emisor), como siempre que se plantea un problema de comunicación de masas, hay que recurrir a quienes más saben en teoría y en la práctica de dichos procesos. Es decir, a los periodistas.

Si se realiza un Boletín de Comunicación Interna con criterios periodísticos y no con criterios publicitarios, el éxito comunicativo de dicho Boletín parece más cercano. O sea, si ese Boletín se parece más en contenidos y lenguaje a un diario de información general que a un anuncio publicitario, tienen más posibilidades de ser leído y asimilado. En todo medio de opinión pública, conflicto de intereses entre el emisor y los receptores se plantean a diario, y a diario se resuelven, con la aplicación de criterios profesionales. Por tanto, habrá en primer lugar que preguntar o que saber lo que realmente interesa a los públicos primarios y después iniciar el proceso de elaboración.

Volvemos al interrogante o a la cuestión que nos planteábamos con anterioridad. Quieran o no quieran, puedan o no puedan, las hermandades o cofradías tendrán que contar con expertos en Comunicación para la elaboración de esos Boletines, siempre y cuando lo que les interese sea que sus receptores primarios estén informados. Si su pretensión con la edición de Boletines es otra, no tienen que acudir a los expertos en Comunicación.

Alguien puede cuestionar estas líneas diciendo que «barremos para casa», pero creemos que es nuestra obligación defender los intereses de los profesionales que se forman en las aulas de las Facultades de Ciencias de la Información.

Capítulo 28

Los elementos culturales y religiosos en los Boletines *

Dr. Juan del Río Martín **

1. INTRODUCCIÓN

En representación del señor arzobispo de Sevilla, monseñor Carlos Amigo Vallejo, deseo haceros llegar su saludo afectuoso a todos los participantes de este «II Encuentro sobre Información Cofrade», que organiza el Equipo de Información de Análisis y Técnica de la Información de la Universidad de Sevilla. El señor arzobispo alienta esta interesante iniciativa, concededor del valor informativo que representan los boletines de Hermandades y Cofradías en nuestra diócesis de Sevilla, con el deseo de que esas publicaciones contribuyan y fomenten los verdaderos valores cristianos que conforman la vida de nuestras hermandades. Los profesionales de las Ciencias de la Información pueden aportar sus conocimientos para que los Boletines sean un vehículo cada vez más perfecto de comunicación y diálogo entre los cofrades sevillanos. Enhorabuena a todos los que trabajáis ilusionadamente en la investigación de este campo del Periodismo.

Mi modesta contribución a este «II Encuentro sobre Información Cofrade», va a ir en la línea de presentar los grandes elementos culturales y religiosos que

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

** Delegado episcopal de Pastoral Universitaria.

están en la base del fenómeno de las hermandades y cofradías, como generadoras de esas publicaciones. Estos componentes deberían presidir los encuentros de un buen profesional de los Medios de Comunicación con las publicaciones objeto de estudio en este «Encuentro».

El itinerario que seguiremos es, en primer lugar, aproximarnos al hecho religioso en sí, porque no se puede olvidar que los Boletines son de asociaciones religiosas; el segundo paso será centrarnos en una realidad que no debe olvidarse: son entidades de la Iglesia Católica, con fines propios, y que hoy se viven y entienden de una forma determinada. No es lo mismo una publicación de cofradía antes del Vaticano II que después de este acontecimiento eclesial que tanta repercusión ha tenido en el catolicismo; por último, la relación de las hermandades con la cultura de final de siglo que es el momento que estamos celebrando este «Encuentro sobre Información Cofrade».

2. LA RELIGIÓN ESTA DE MODA

La religión es un elemento estructural de la conciencia humana, una categoría universal indispensable, ya que se presenta como un fenómeno característico de todas las sociedades y de todas las culturas, pasadas, presentes y futuras. Así lo ha reconocido C. Kung, en contra de las ideas antirreligiosas del freudismo. Esta es también la conclusión a la que ha llegado al final de su vida Mircea Eliade, uno de los más grandes historiadores de las religiones.

El prestigioso sociólogo de las religiones Max Weber, ha ofrecido una contribución sólida a la tesis según la cual toda sociedad antigua o moderna se basa en definitiva, en una idea religiosa al menos implícita. Rechazando el postulado de los filósofos de la Ilustración y el de Marx, según los cuales la madurez social y cultural pasaría por la eliminación de las supersticiones, de las creencias y de los mitos.

Max Weber ha mostrado, al término de una encuesta monumental sobre las religiones de Oriente y de Occidente, que el pensamiento religioso ha condicionado siempre, tanto ayer como hoy, las formas de la vida en sociedad. Describiendo más específicamente el papel cultural del cristianismo, ha sostenido que es precisamente el factor religioso el que ha jugado un papel decisivo en la modernización de la sociedad industrial. Pero a esta tesis importante de Weber se le ha hecho algunas críticas y se le ha añadido algunos complementos importantes. Como es el caso de Werner Sombart que ha mostrado que también fueron artífices de la modernización los judíos sefardíes y los reyes católicos, que supieron, cada uno a su manera, dar un impulso histórico al desarrollo del comercio y de las finanzas, así como a la exploración y el desarrollo del Nuevo Mundo. Talcott Parsons, a pesar de su fide-

lidad al weberismo, reconoció que la ética protestante no había jugado un papel tan exclusivo como en ocasiones se quiere poner de manifiesto.

En la actualidad se van superando viejos prejuicios que relegaban el fenómeno de lo religioso a una seudociencia y los sistemas de creencias a un conjunto de postulados carentes de razón. La tesis de la ilustración que sostenía la «decadencia de las religiones» fue un postulado importante sostenido durante mucho tiempo por la sociología de la modernización, tesis que siguió luego el marxismo y que ha quedado desmentida por los hechos, incluso en los países oficialmente ateos. La superstición, causa presunta de toda religión, es una explicación que hoy se rechaza, incluso entre los autores que se dicen agnósticos. Ya no se le ocurre a nadie citar aquella célebre frases de Voltaire, que revela un ateísmo entonces de moda: «Nuestros sacerdotes no son lo que piensa el pueblo ignorante; nuestra credulidad es lo que constituye toda su ciencia».

El hecho religioso se vuelve a descubrir bajo unas formas inesperadas.»La religión se ha convertido en la gran 'oportunidad' de nuestra cultura planetaria de fin de siglo» dice, Roger Garaudy . Y el inolvidable profesor Aranguren diría en 1975: «Lo que está en crisis hoy no es tanto la conciencia religiosa como la autoridad religiosa». Pero más recientemente, en nuestros días, los filósofos Eugenio trias y g. Vattimo se replantea la dimensión religiosa de la existencia humana y vienen a confirmar «un renacer del interés religioso en el clima cultural actual».

Cuando en nuestra latitudes estamos diciendo que hay un «boom» de las hermandades y cofradías (tema que ya se tratara en el anterior «Encuentro de Información Cofrade»), no se puede olvidar esta vuelta a la religión como fenómeno cultural. Este es un primer elemento a tener en cuenta a la hora de abordar los numerosos Boletines de Cofradías como Medio de Comunicación de estas asociaciones con fuente implantación social.

3. LAS HERMANDADES EN UNA SOCIEDAD PLURALISTA

Teniendo presente los componentes filosóficos y culturales actuales, pasemos ahora a enmarcar nuestras hermandades y cofradías dentro de la sociedad secular que nos ha tocado vivir. Estos «Micromedia» que son los Boletines de las Cofradías revelan en sus páginas que la vida de nuestras hermandades no se reduce a la Cuaresma, Semana Santa y fiestas patronales, sino que abarca todo el año. ¡Eso era impensable hace treinta años!, ¿qué ha sucedido?, ¿hay un verdadero resurgir cristiano?, ¿qué encuentra el hombre de la cultura postmoderna en estas asociaciones y en sus manifestaciones?, ¿religiosidad en profundidad o cristianismo «light»?

Pensamos que las respuestas a estas cuestiones no son simples ya que la realidad patente de la religiosidad popular y en concreto el mundo de nuestras hermandades y cofradías es producto de factores no solamente religiosos, sino también filosóficos y culturales que son convenientes tener presente.

Si hacemos un recorrido por la historia de las tres últimas décadas en el fenómeno de las hermandades, lo primero que se observa es el corto alcance y la pobreza de planteamientos de aquellos teólogos e intelectuales de los años sesenta que vaticinaron la «muerte de Dios» y apostaron por la «ciudad secular», y que, en el caso español, el cambio de régimen político significaría la casi desaparición del mundo de las hermandades y cofradías. Sin lugar a dudas, ello era consecuencia de un optimismo sociológico y religioso que en nombre del Vaticano II alardeaba de cierto «humus iconoclasta». Además, de una infravaloración del papel de los sentimientos humanos en las expresiones religiosas, y de los últimos coletazos del racionalismo ilustrado que miraba con recelo todo aquello que no pasara por los moldes de la llamada «razón comprometida».

En la segunda mitad de los setenta asistimos al regreso de la democracia en nuestro país. En la Iglesia Católica acontece la elección de un nuevo Papa: Juan Pablo II. Los teólogos más comprometidos en la lucha en favor de los pobres descubren el valor de la religiosidad de los «sin voz» y el catolicismo comienza a vivir lo que se ha denominado el «segundo postconcilio». En Europa aparecen los primeros «desencantados» que tendrán su plena consagración en la década de los ochenta, donde se produce la gran crisis de las ideologías, la caída del marxismo, y la acentuación de los desequilibrios Norte-Sur motivado, principalmente, por el predominio del espíritu capitalista.

Se cristaliza la postmodernidad, con su pensamiento débil, «su ebullición caótica», la prevalencia de lo inmediato y el culto a lo subjetivo. El grito de ahora es: «¡Sólo es verdadero aquello que yo siento!». El dolor y el sufrimiento se enmascaran y lo único que debe notarse es lo festivo, lo puramente lúdico. Todo compromiso por vida o tarea que exija el anonimato es un atentado hacia el vitalismo exarcebado que domina el ambiente. Lo institucional se mira con recelo y es como algo de lo que hay que desprenderse. Esto implica una concepción de la vida fundamentalmente materialista y hedonista, y una forma de entender al hombre y sus relaciones basada en un individualismo feroz y en una lucha competitiva sin cuartel.

En medio de este «mercado cultural» que es la sociedad pluralista de final de siglo, es una realidad la fuerte pujanza del fenómeno de las cofradías, y fiel reflejo de ello es el aumento en el número y frecuencia de sus Boletines, así como el contenido de los mismos, donde encontramos elementos propios de la sociedad y de la cultura de hoy. Pero, sobre todo, lo que configura a estas publicaciones son sus componentes cristianos, que deben conocerse para hacer un estudio certero y con

garantías de estos medios. Porque como dicen los obispos del Sur de España: «Hay que dejar bien sentado que el hecho de que las celebraciones populares católicas contengan otras dimensiones complementarias de las religiosas, no justifican que se fomenten... únicamente desde una perspectiva cultural, sin tener en cuenta la experiencia espiritual, las creencias religiosas, las exigencias morales y la comunión eclesial que tales celebraciones comportan en la vida del pueblo cristiano»¹.

4. LAS HERMANDADES, INSTITUCIONES HUMANIZADORAS

Una vez puesta de manifiesto la pujanza de las cofradías en la actualidad, no estaría de más conocerla desde una perspectiva netamente cristiana, para así mejor entender del contenido de los artículos, comunicaciones, opiniones, noticias que componen el mundo de sus boletines.

Las hermandades y cofradías son asociaciones de fieles cristianos conscientes de su pertenencia a la Iglesia Católica. No en vano ha pasado la renovación conciliar por ellas. Durante estos treinta años del postconcilio han sido objeto de estudios desde los diferentes campos del saber y han estado presentes en acontecimientos eclesiales y de carácter sinodal. Hoy representan el movimiento de laicos más fuerte y potente de las Iglesias del Sur.

El magisterio de los obispos, especialmente de Andalucía, se ha ocupado de este fenómeno tranzando las grandes líneas de la renovación pastoral de nuestras hermandades: «Los cofrades junto al fin peculiar del culto público, deben asumir las responsabilidades propias de toda la Iglesia... entendemos que esta realidad ha de ir acompañada en los cofrades de una creciente formación cristiana, al par que de una participación activa en la vida litúrgica y caritativa de la Iglesia, junto a un mayor dinamismo apostólico y de un fortalecimiento de la comunión eclesial»².

Frutos de la misma son la reforma de las reglas, la apertura de los cofrades a los campos del apostolado y de la acción social, así como el descubrimiento del valor de la vida de hermandad durante todo el año, como bien lo demuestra la proliferación de las casas de hermandades, un espacio imprescindible para el encuentro humano y fraternal; siendo éstas el «hábitat» donde se elaboran y cuecen los boletines antes de llegar a la imprenta. Así, podemos decir que detrás de una buena publicación hay «mucho vida de hermandad».

El esfuerzo conciliar de todos, pastores y cofrades, con sus luces y sombras, con sus momentos de más o menos entendimiento, ha hecho posible que hoy

¹ *Hermandades y Cofradías*. Carta Pastoral de los Obispos del Sur de España, 1988, nº 34.

² *Hermandades y Cofradías*. Carta Pastoral de los Obispos del Sur de España, 1988, nº 8.

las hermandades y cofradías tengan una fuerte y atractiva personalidad ante el «hombre débil y cosificado» de la cultura postmoderna. Es por ello que lo que aparentemente se presenta como simple vuelta a la «religiosidad natural» y moda cultural se pueda convertir en puntos de encuentro donde se rompa el individualismo feroz para aprender la solidaridad con todos, especialmente con los más pobres. Donde a base de «amar lo visible» (las imágenes, mi cofradía...) se llegue al «amor de lo Invisible», quebrando las actitudes de cerrazón materialistas y abriéndolas al horizonte de la trascendencia. Frente al rechazo de todo compromiso y de todo lo que barrunta institución, el caminar día a día de las hermandades invita y enseña al hombre secular que no hay grandes conquistas en la vida si renunciamos al sacrificio y a la comunidad, si olvidamos que somos espíritu encarnado y que necesitamos de las mediaciones.

Las hermandades y cofradías a las puertas del siglo XXI son instituciones humanizadoras en una sociedad sin alma. Todo ello quizás porque en su entramado social nos podemos encontrar desde la fe de la «orla del manto» hasta aquel cofrade que tiene muy claro su compromiso cristiano. En esta línea conviene recordar que los Boletines no son publicaciones privativas de ningún grupo cerrado con la misión adquirida de guardar «los secretos del arcano». Las hermandades y cofradías están compuesta de un tejido social abierto y plural. El cofrade se siente protagonista en el seno de su hermandad y a la vez se percata, cada día más, del bien que puede realizar no sólo en la dignidad del culto público católico, sino también en el «sacramento del hermano» que es la opción por la justicia y la caridad. Cada día son más amplias las secciones dedicadas a la asistencia social que prestan los hermanos, ya sea mediante las tradicionales bolsas de caridad o las nuevas instituciones de ayuda a los más desfavorecidos. El Periodismo que pudiéramos calificar como «social» tiene ahí un filón unas veces desconocido y otras, las más, arrinconado.

5. PÁGINAS LLENAS DE VIDA

El simple lector o el profesional de los Medios encuentra en los boletines de Cofradías toda una filosofía de la existencia humana donde los grandes momentos de la vida se viven en referencia a lo que en ocasiones puede correr el riesgo de quedarse en una frase hecha: los «Amantísimos Titulares», cuya advocación motiva, en última instancia, la creación de cada hermandad. Hay todo un concepto del mundo y del hombre, una forma de entender las relaciones humanas donde los valores de la fraternidad cristiana son las claves de la convivencia entre los miembros de estas asociaciones que periódicamente hacen llegar a todos sus miembros las vivencias, problemas, novedades y carencias. Es todo un universo donde la belleza del arte se funde en el misterio de la creencia en un Dios que salva al hombre. Sin

ello difícilmente se pueden comprender estas expresiones religiosas de nuestro pueblo, y mucho menos la participación y el hecho de asociarse para promoverla y celebrarla.

Esta reflexión quedaría coja si no destacáramos con el mismo interés el riesgo que subsiste en el amplísimo y variado mapa de publicaciones cofrades, de quedarse en simples y monótonas reproducciones de las actas de reuniones, meras convocatorias de cultos, comunicaciones de estrenos, etc... Los Boletines de nuestras corporaciones no son eso o, al menos, no deberían serlo.

Felicito al Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información por este acertado tema de estudio como son los Boletines de nuestras Cofradías. Con ello está ofreciendo a los universitarios sevillanos la posibilidad de adentrarse en el rico y complejo mundo de estas asociaciones que tan importantes son en nuestra ciudad y en toda Andalucía. En el seno de una institución como la Hispalense, cualquier intento de llevar a cabo un repaso a lo que se escribe en nuestra comunidad autónoma, y más concretamente en Sevilla, no podría pasar por alto un detenido y cuidadoso estudio de estas publicaciones que emanan del seno de nuestras corporaciones y que dan fe de cuanto en ellas ocurre. Informan. Gracias a «Encuentros» como este, la advertencia no pasa de ser mero recordatorio.

Índice

Página

Prólogo

por el Dr. José Manuel Gómez y Méndez 7

Introducción

por Patricio Gutiérrez del Álamo, Adolfo Lama Coteló,
Dr. José María Vega Piqueres y Dra. Carmen Calvo Poyato .. 13

Capítulo 1: *Los Boletines vistos desde ABC*

por José Joaquín León 19

Capítulo 2: *Los Boletines vistos desde Diario 16-Andalucía*

por Javier Recio 23

Capítulo 3: *Los Boletines vistos desde El Correo de Andalucía*

por Rafael Guerrero Moreno 28

Capítulo 4: <i>Los Boletines vistos desde Diario de Sevilla</i> por José Gómez Palas	34
Capítulo 5: <i>Los Boletines vistos desde El Mundo-Andalucía</i> por Javier Rubio	37
Capítulo 6: <i>Los Boletines vistos desde Sevilla-Información</i> por Antonio Silva de Pablos.....	40.
Capítulo 7: <i>Los Boletines como fuente de Información</i> por el Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral.....	42
Capítulo 8: <i>La razón del contexto</i> por Francisco Luis Córdoba.....	46
Capítulo 9: <i>Fomentar una fluidez comunicativa</i> por Juan A. Galbis	50
Capítulo 10: <i>Un periódico de la hermandad</i> por José María O'Kean	53
Capítulo 11: <i>Un Medio para los hermanos</i> por Francisco Soto Delgado.....	56
Capítulo 12: <i>Informar y formar</i> por el Dr. Javier Criado	59
Capítulo 13: <i>Catolicismo, estructura informativa y</i> <i>Boletines de Hermandades</i> por el Dr. Ramón Reig	63
Capítulo 14: <i>Un contacto con periodicidad variable</i> por Julio Martínez de Velasco.....	68
Capítulo 15: <i>Alentar la participación</i> por José Luis Ruiz Ortega	72

Capítulo 16: <i>Un vínculo necesario</i> por Javier Gutiérrez Rimbau	79
Capítulo 17: <i>Un canal de expresión</i> por José María Lobo	83
Capítulo 18: <i>Llegar a los hermanos</i> por María Teresa Garrido	89
Capítulo 19: <i>Los Boletines vistos desde Onda Cero</i> por José Fernández	93
Capítulo 20: <i>Los Boletines vistos desde</i> <i>Radio Popular-Cadena Cope</i> por Andrés Luis Cañadas	96
Capítulo 21: <i>Los Boletines vistos desde Radio Voz</i> por Francisco Mesa Cejudo	101
Capítulo 22: <i>Los Boletines vistos desde Canal Sur-Radio</i> por Fran López de Paz	105
Capítulo 23: <i>Los Boletines vistos desde TVE en Andalucía</i> por Fernando Carrillo	112
Capítulo 24: <i>Los Boletines vistos desde Radio Nacional de España</i> por José Domingo Sanmartín	115
Capítulo 25: <i>Los Boletines vistos desde Radio Sevilla-Cadena Ser</i> por Juan Eloy Durán	118
Capítulo 26: <i>Los Boletines vistos desde Canal Sur-TV</i> por Santiago Sánchez Traver	120
Capítulo 27: <i>El contenido y sus receptores</i> por la Dra. Pastora Moreno	123

Capítulo 28: <i>Los elementos culturales y religiosos en los Boletines</i> por el Dr. Juan del Río Martín	128
<i>Epílogo</i> por José Alvarez y el Dr. Antonio López Hidalgo	135
<i>Anotaciones del lector</i>	138
<i>Índice</i>	141
<i>Cierre</i>	145