

Una investigación para localizar más de 22 Programas *

Dra. María Luisa Cárdenas

*Antonia González Borjas ***

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

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

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

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

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

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

OTRAS IMPRENTAS INVESTIGADAS

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

Egondi Artes Gráficas

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

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

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

Imprenta Escandón

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

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

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

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

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

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

Gráficas Carmona

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

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

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

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

Bernardo Muñoz

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

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

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

Padura

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

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

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

CONCLUSIÓN

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

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

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