

La Información Cofrade desde *El Correo de Andalucía* *

Antonio Avendaño Ródenas **

Las cofradías son a Sevilla lo que las autopistas al territorio: el vehículo más potente y eficaz de integración social. Por otros caminos y senderos también se llega al centro de la ciudad, pero rara vez de modo tan rápido y seguro. Si la ciudad paga o no un cierto peaje por haber dado predilección sobre otros a este modelo de articulación, no es asunto fácil de desentrañar, como no lo es ninguna de las cosas de esta vida que están inspiradas por la emoción y no por la razón. Cuando digo emoción estoy diciendo también fe, pues sólo cuando de algún modo pervive la fe, no necesariamente o excluyentemente religiosa, la emoción o el sentimiento son algo que vive y palpita al ritmo del corazón de los hombres.

Pido de antemano excusas por este exordio pseudosociológico, pseudopsicológico, pseudoteológico y, en fin, pseudo casi todo, pero lo considero de alguna importancia para explicar lo que quiero decir, que es lo siguiente: la relación informativa que mantenemos los Medios de Comunicación con el mundo cofrade es una relación, si se me permite el término, viciada, o por buscar un adjetivo más propio, una relación incompleta, coja, de alguna forma desequilibrada, como lo es, por otra parte, la estructura informativa según la cual los Medios plasmamos gene-

* Intervención tenida en el panel "La Información Cofrade desde los Medios Impresos" celebrado en el "I Encuentro sobre Información Cofrade".

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

ralmente los acontecimientos en los que late alguna forma de fe colectiva. En términos estrictamente técnicos, la Información Cofradiera se parece, dicho sea sin ánimo liviano, a la Información Deportiva sobre el Sevilla y el Betis. Periódicos y emisoras sabemos que se trata de mundos singularmente suspicaces, lo cual propicia una suerte de autocensura consensuada que imposibilita o dificulta la instauración de un modelo informativo normalizado. Hay una veda informativa perpetua que, sin ser especialmente dramática dado que los acontecimientos cofrades son en cierta medida inocuos, restringe el abanico de voces y ámbitos del planeta cofrade. Como periodista querría una relación informativa menos envarada, más fluida, menos marcadamente costumbrista. Los vehículos particulares circulan a velocidad estándar por las autopistas cofradieras; los vehículos públicos de los Medios de Comunicación lo hacemos un poco por el arcén, a velocidad más lenta y fatigosa, siempre con la sospecha de que podemos estorbar a la fluidez del tráfico.

Dicho todo esto, y precisamente por todo ello, diré que desde *El Correo de Andalucía* venimos haciendo un especial esfuerzo por recoger con rigor y detalle, en la medida de nuestras posibilidades, el acontecer diario del mundo cofrade de Sevilla. En la sección de *Agenda* incorporamos todos los actos litúrgicos y sociales que promueven y protagonizan las hermandades y cofradías. Nuestro colaborador José María Gómez sigue con atención desde su sección *Día a Día* los acontecimientos, y cada semana publicamos en el suplemento especial *La Revista* cuatro u ocho páginas monográficamente destinadas a informar y analizar el ámbito cofrade de la mano de Juan Miguel Vega, uno de los periodistas de Sevilla que, a mi entender, hace la información cofrade más rigurosa y valiente, sin dejar por ello de ser escrupulosamente respetuoso con un mundo del que él mismo forma parte. Anualmente publicamos, siempre en Viernes de Dolores, el que creemos es el mejor número especial que se difunde sobre la Semana Santa de Sevilla y del resto de Andalucía. Además de todo ello, *El Correo* ha llevado a cabo, por otra parte, ambiciosos proyectos editoriales con las hermandades y cofradías y sus imágenes como eje central: láminas diarias a todo color, vídeos sobre la Semana Santa, insignias de las imágenes, colecciones heráldicas, buscando siempre el interés de nuestros lectores; aunque haya gente que crea que hacer estas cosas es pecado, yo no lo creo. Otros diarios, siguiendo la estela promocional de *El Correo*, han lanzado sus propias promociones en la misma línea, y ello pese a las malas artes utilizadas en algún momento por la competencia en los ámbitos del poder cofrade para neutralizar el que ha sido uno de los mayores éxitos de difusión de la prensa española en los años noventa, como atestiguan los controles de OJD. Los periódicos ofrecen hoy a sus lectores los productos más inverosímiles, algo que no siempre gusta a los propios periodistas, pero lo cierto es que las empresas están obligadas a buscar fórmulas imaginativas para no ser engullidas por la competencia. No vale todo, pero no veo razón alguna por la que no haya de valer la difusión de vídeos, insignias, libros o fichas gastronómicas. En todo caso, el lector tiene siempre la palabra.

Voy concluyendo con alguna información ejemplificadora de las ideas generales apuntadas en la primera parte de mi intervención. Recientemente, fue designado por el Consejo de Cofradías el próximo pregonero de la Semana Santa, Carlos Colón, un hombre progresista y amante del mundo cofradiero, pero ajeno a lo que tradicionalmente ha sido el perfil de los círculos de poder cofrade. Colón representa, por expresarlo de alguna forma, la franja cofradiera que informativamente suele permanecer en la sombra en los Medios de Comunicación. Hubo al parecer una durísima pugna en el seno del órgano de gobierno de las hermandades y cofradías para llevar a cabo el nombramiento. Ante un acontecimiento informativo de esas características, son posibles diversos e incluso contrapuestos formatos de titular. Ejemplos: «Carlos Colón es designado pregonero de la Semana Santa 96». Es, digamos, el titular más plano informativamente, aunque fue el escogido, si bien no palabra por palabra, por la mayoría de los Medios para dar cuenta del hecho. Cabían otras fórmulas más ambiciosas, en el sentido de decir el mayor número de cosas en el mismo espacio, como suele hacerse con la información política, económica o judicial. Por ejemplo: «Fuerte pugna en el Consejo de Hermandades para designar a Carlos Colón pregonero de la Semana Santa 96». O incluso: «Tenaz resistencia conservadora a la designación de Carlos Colón como pregonero en la Semana Santa». Estas opciones fueron en general descartadas por los Medios Informativos, sabedores de esa suspicacia extrema y siempre alerta que subyace en el mundo de las cofradías. Me parece, modestamente, un buen asunto para la reflexión. Creo que deberíamos esforzarnos todos en normalizar esas relaciones informativas, hoy sujetas a los cánones de una objetividad plana, temerosa y sin ambición.