
Capítulo 11

El Rocío en la red y en la calle *

Noelia García Estévez **

Javier Criado **

Santiago Sánchez Traver **

Antonio Silva **

La segunda sesión del tercer –y último– día del Encuentro estuvo dedicada al tema del título de este Capítulo, contando con las intervenciones de las siguientes personas como ponentes: Javier Criado, médico-psiquiatra y hermano mayor entonces de la conocida Hermandad de Pasión, de Sevilla; Santiago Sánchez Traver, periodista, ex director de “*Canal Sur TV*”, ex delegado territorial de *RTVE* en Andalucía y director de <portaltaurino.com>, y Antonio Silva, director de <sevilladirecto.com>, ex director de diversos Medios Impresos y Televisivos. Como ponente-relatora sería Noelia García Estévez, periodista, publicista y profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Noelia García Estévez: ¿Qué es esto del Rocío en la red y en la calle? Voy a empezar a definir en qué puede consistir este Panel tan diverso con un título tan sugerente y con unos invitados, con unos ponentes tan variados. Comenzaré con qué es la calle. Es algo que, en principio, todos conocemos, pero más allá de la fría definición que nos propone la Academia Española de la Lengua (RAE) como una guía entre edificios o solares en una población; la calle es un lugar de encuentro, donde se fomenta la vida social y en comunidad. Son esos espacios comunes que se convierten en la extensión de nuestra propia casa. De hecho, no son pocas las voces que en los últimos años piden que hay que recuperar ese espacio para la cultura, la convivencia, la creación, el debate, la solidaridad. Es hermoso callejear, que siguiendo con la RAE no es otra cosa

* Intervenciones tenidas en el “*Encuentro sobre Medios de Comunicación y Rocío*”.

** Los nombres de los intervinientes están por orden alfabético de apellidos y la ponente-relatora ubicada al inicio. Véase el texto introductorio del presente Capítulo donde se indica el puesto profesional o cometido que desempeña cada uno de los autores.

que andar frecuentemente, ir de calle en calle. Es necesario vivir la calle. Y más si se es periodista pues se precisa conocer el entorno y aprovechar las fructíferas y cuantiosas relaciones que se hacen callejeando.

¿Y qué es la red, la segunda parte de esta mesa, de este Panel? No seré yo quien intente exponer una definición de un concepto tan amplio, tan complejo y tan vigente en la actualidad. Pero sí quiero reflexionar muy brevemente sobre si realmente existe una vida *online* y otra vida *offline*. Dicen que las webs 2.0 y sus redes sociales se han convertido en los bares del ciberespacio, donde mantener conversaciones y pasar el rato con amigos y allegados, y en los bares, al igual que en las redes sociales, se charla de cosas banales, se liga, se escucha música, etc., pero también se conoce a interesantes personas, se cierran grandes negocios o se establecen enriquecedoras tertulias.

Por eso, no puedo evitar comparar la red con la calle, callejear con gulear, andorrear con wasapear, porque este mundo, donde habitamos, no se puede entender hoy sin internet, sin la red móvil y las redes sociales -por supuesto, sin olvidar el trato cara a cara, el contacto humano y los apretones de manos- pero creo que cada vez tiene menos sentido hacer una distinción entre un mundo *online* y otro *offline*, pues al fin y al cabo son la cara de una misma moneda.

Javier Criado: Voy a hablar del fenómeno del Rocío. Para empezar, hay que encuadrarlo -desde mi punto de vista- dentro de los fenómenos procesionales, los cuales (sean éste, una procesión in situ, que es la que se hace alrededor de la ermita de Almonte, la procesión de la Virgen del Rocío en sí, y otra que lo hacen de forma itinerante) salen de diferentes lugares geográficos o van a otro punto y a eso lo llamamos romería.

Las procesiones no son más que una manifestación, un modo de manifestarse. Un modo de manifestarse itinerante, ¿por qué? Uno hace lo que piensa, lo que siente... Y lo que muestra, demuestra e intenta demostrar a los demás es algo, y este algo se hace bueno. La manifestación del Rocío es como todas las manifestaciones procesionales. Tienen una raíz que es la manifestación de fe, las creencias del individuo. Una manifestación, por lo tanto, trascendente. Esa trascendencia a lo largo del tiempo ha ido adquiriendo unos matices que le da una riqueza vivencial muchísimo mayor, porque el individuo ya no solo muestra una manifestación de fe -que hay mucha gente que lo muestran, lo viven y lo desarrollan de esta forma- sino hay mucha gente que incluso escapan a este concepto, pero no escapan a una manifestación de matices que están incluidos dentro de este tipo de manifestaciones procesionales.

Existe la identificación con el lugar, la identificación con la expresividad del sentimiento, sea el sentimiento del tipo que sea, una expresividad que se multiplica cuando se considera trascendente; lo trascendente en el fenómeno religioso se ritualiza y se ancla en el sentido existencial de aquí a un período de tiempo. En eso se basan todos los hechos religiosos de cualquier tipo de religión, incluso fenómenos no religiosos, como por ejemplo el budismo, que mucha gente lo interpreta como religión y realmente no es así, no tienen un Dios; el individuo pasa a otra existencia o a otra vida, pero por él mismo y con una suma y resta de comportamientos. Busca una percepción desde otro punto de vista, pero siempre buscando una supervivencia al fenómeno de la muerte, pero eso evidentemente es trascendente, no es una cosa banal.

Hay muchas más cosas de tejas para abajo que siguen siendo trascendentes; por ejemplo, la identificación con las personas que le rodean a uno. En Sevilla todo el mundo se identifica con uno de los dos equipos -muchísima gente se ríe del fenómeno del fútbol-. El fenómeno del fútbol tiene psicológicamente unas raíces muy profundas, porque ver un campo de fútbol, lo que nosotros llamamos un estadio -da igual que sea el Sánchez Pizjuán o el Benito Villamarín- es que el individuo que va allí se identifica con una masa, pierde el sentido de lo único, y sobre todo, el sentido del aislamiento.

Uno nace solo y uno muere solo. Aunque tenga trillizos mi madre, en el momento en que cruzo el canal del parto el único que lo cruza, en ese momento soy yo. El nacimiento no se puede compartir y la muerte, aunque hubiera en Hiroshima una muerte de millones de personas en un momento determinado por la explosión de una bomba -en este caso una bomba atómica-; sin embargo, la experiencia del hecho sustancial de la muerte tampoco se puede compartir: uno nace y muere absolutamente solo y lo largo de la experiencia humana no es más que un intento de compartir y arrojarse con la vida, la experiencia, el sentimiento, las vivencias de otros individuos, sean del sexo que sean, sean de las edades que sean y sean de la ideología, de la mentalidad, de la educación o de la economía que sean, eso da igual, pero uno tiene la necesidad de relación.

Cuando uno va al fútbol, ve un fenómeno bueno; todo el mundo sabe que el fútbol profesional es casi una pantomima; allí hay unos señores -sean del Sevilla, Betis o Barcelona, o quien queráis- que ganan unos sueldos, una directiva que ya son propietarios de unos clubs, es decir, una cosa muy fría; sin embargo, el individuo que va a un campo de fútbol tiene una enorme atracción hacia esa experiencia porque cuando grita gol, lo grita con cuarenta mil personas a la vez, que comparten con uno una misma ilusión, un mismo sentimiento, una misma esperanza... Un montón de factores fundamentales. En los hechos procesionales ocurre igual. No se identifica uno solo con la fe, que

ya justificaría todo lo que ocurre allí, sino que incluso personas que no son parte de esa fe, sin embargo comparten una experiencia donde se identifican con una manera de expresarse, con una manera de sentir, con una manera de poner un objetivo en ese sentimiento, con una forma de que las vivencias que se tienen, tengan una resonancia; lo que nosotros sentimos, muchas personas creen que es como una flecha que sale de uno y no, es como la cuerda de una guitarra. En la guitarra se toca la cuerda y eso tiene una reverberación, una resonancia; de tal manera, que el que toca el instrumento si la quiere callar tiene que pisar la cuerda, sino la pisa hace *naaaa*, tiene un tiempo de reverberación. Lo mismo ocurre con el sentimiento humano, en toda la demostración pública donde lo que se expresa es el sentimiento. Tengamos claro que el amor que se pueda sentir en una pareja mía, es una relación persona a persona, por consiguiente no compartida por una masa de personas; mientras que el hecho procesional se comparte con miles de ellas.

También es fundamental saber que no se puede parecer en nada, aunque tenga unas raíces comunes, el fenómeno procesional de una romería con el de una procesión de Gloria o de Penitencia que vemos en el interior de la ciudad. ¿Por qué? Uno de los eslabones fundamentales es que se vive lo que a la vez se convive. Es un fenómeno ya mucho más selectivo, porque yo puedo salir en Pasión, o en el Gran Poder o en la Macarena -en la Hermandad que quiera- pero eso sale de la iglesia y entra en la iglesia. Mi experiencia en el tiempo de mi vida, el hecho vivencial-temporal de la experiencia es toda de principio a fin con una individualidad que se integra en otras, pero que comparte esa expresividad, no otra; mientras que en el hecho de la romería se comparte no solo el tiempo, no solo el objetivo, no solo la demostración de lo que se esté pensando, sintiendo y viviendo, sino que se comparte el sueño.

Desde el punto de vista psicológico, es importante dormir en comunidad. Cuando se duerme en un hotel, en habitaciones de una al lado de la otra, ya la experiencia se incrementa en cuanto a las relaciones personales una barbaridad, y no digamos, si por el problema que sea no se encuentra otra habitación y se comparte la habitación. No estoy hablando de la cama, ni estoy hablando de sexo..., estoy hablando simplemente de un techo que hace compartir dos camas, que no es ni siquiera compartir una cama; son dos muebles diferenciados con un espacio intermedio pero bajo un mismo techo; pues esto ya significa unas vivencias de otro tipo, hecho que se desarrolla en todas las romerías. Si además, hay que comer, despertarse a la vez, aproximadamente con el mismo cansancio, porque todo el mundo habitualmente se acuesta a la vez, se levanta con la comodidad o incomodidad paralela a la de las personas que conviven con él, experimenta un mismo saciar de las necesidades que los de su alrededor -porque uno necesita beber y comer, defecar, orinar, y dormir-, todas estas cosas se

comparten en el tiempo y todo eso crea una ilación de vivencias infinitamente más fuertes que las que se puedan hacer en el mero hecho procesional de 5 ó 6 horas de una Cofradía.

Además, esa experiencia se desarrolla en el tiempo durante varios días, y se comparte. Hasta hay una cosa que mucha gente habla, por ejemplo, el alcohol, que euforiza como todo el mundo sabe. El alcohol hace que a uno se le suelte la lengua, y que se ponga más contento, y sea más proclive a compartir hechos que de otra manera no compartían. No es solo aquel que bebe alcohol, sino que si yo me encuentro en un entorno donde la gente está más contenta, canta más, baila más, habla mucho más, se dicen confidencias que en otro tipo de situaciones no se dicen, todo vuelve a ser representación de un colectivo que se mueve al unísono desde un punto geográfico hasta otro y en busca de una misma situación, y de un mismo fenómeno, de una misma creencia y de una misma manera de entender el desenvolvimiento de ese tipo de experiencia. Todo esto tiene una singularidad y unas vivencias muchísimo más fuertes. No para cualquier periodista, sino para cualquier persona, con un mínimo interés en observar el comportamiento humano, constituye uno de los fenómenos de mayor riqueza.

La experiencia humana -muchos piensan que es como un bloque, y esto no es verdad- es como un abanico, y el abanico se abre y aunque sea, al final, un solo objeto, pero tiene muchísimas varillas; unas están en el lado final de la derecha del abanico, otras están en el lado final de la izquierda y hacia el centro hay varillas; cada una puede tener matices diferentes, colores diferentes, simbologías diferentes..., aunque todas busquen un mismo fin, que es echarse aire uno cuando mueve los elementos que constituyen el abanico. Esto parece cosa fácil de comprender y de observar, sin embargo, no es así, porque los matices son los que dan matices y contenido a la experiencia humana, y el abordaje que tenga uno de este tipo de fenómenos, dependiendo de cómo lo aborde y de cómo interiorice; lo que está ocurriendo es esa matización que crea el fenómeno que se está conociendo y su conocimiento.

Creo que he intentado abrir el abanico, desde el punto de vista psicológico, darle importancia ahora mismo a lo más superficial, de aquello que se ve más superficial, pero es más interesante el cómo se desenvuelve el fenómeno, y advertir de que gente que mira hay miles. Periodistas, como en cualquier profesión, hay muchos y personas que miran los fenómenos hay miles, pero gente que vean realmente el interior de ese fenómeno y de esas situaciones hay muy, muy, muy pocas, y en el Periodismo se debe de exigir brillantez en la profesión. No es solo oficio profesional, no solo es mirar, sino ver, saber contemplar y saber analizar desde el punto de vista vivencial: cómo

se piensa, cómo se siente y cómo se vive aquello que se está contemplando.

Santiago Sánchez Traver: El Rocío es una romería. El Rocío es la romería del pueblo de Almonte, de la Virgen que aparece. Hay muchas romerías en muchos pueblos de España donde apareció una Virgen, una imagen allá en el siglo XII, XIV, XVI o XIX. Acontece que a la romería de Almonte va mucha más gente que las que van a la romería de un pueblo normal, esa es la única diferencia.

Hay una romería famosa como la de la Cabeza, la de Virgen de la Cabeza en Andújar, que va bastante gente de fuera de Andújar, evidentemente; no es medio millón porque no caben, medio millón en Andújar, debido a la montaña con sus problemáticas para entrar y para subir, y como mucho 30.000; sin embargo se habla de medio millón, pues ha crecido, acudiendo gente de diferentes procedencias, y se ha convertido en un fenómeno de masas y, además, muy heterogéneo. El Rocío no es solo romería del Rocío, sino que es un fenómeno heterogéneo: unos van por lo que van -porque son de Almonte y es su romería-, otros acuden porque tienen esa tradición, otros llegan porque no hacen fiesta en su pueblo y guardan el dinero para ir haciendo con ello su gran fiesta y su gran inversión anual en ocio es el Rocío; otros pues me montan una segunda feria.

El camino es una gran aventura naturista, naturalista diría. Es una convivencia absoluta con las personas y con la naturaleza, eso es el camino. El Rocío, una vez en la aldea, es otra dimensión heterogénea: hay gente que conocemos, muchísimos amigos que tienen su casa en el Rocío y reciben allí a la gente como los reciben en su caseta de la Feria, y personas que no van a la ermita en los 3 ó 4 días que están allí. A lo mejor utilizan la casa para ir en Nochebuena, para el verano y para otros momentos, sin embargo no se les ocurre ir a la ermita. Por eso digo que es muy heterogéneo el estar en la aldea.

Siempre digo que el Rocío no es romería, sino el Rocío es estancia en la aldea; para mí es como la Semana Santa y la Feria juntas pero a una gran dinámica por los componentes lúdicos y religiosos que tiene. Hay personas que vienen desde Holanda y desde Barcelona, mezclándose lo religioso y lo lúdico. Sí ha que estudiar a los niveles a los que se ha llegado. Se hablaba del millón, ya del millón y medio. Hay un periodista de Sevilla, que ya está jubilado: José Luis Montoya; tiene una teoría que deshace la información del *millón del Rocío*; dice: *“Vamos a ver..., ¿en El Rocío cuanta gente vive todo el año? 300, 400 personas, 500 como mucho, ¿no?, ni uno más, ¿verdad? Vamos a poner 100 hermandades, más las adheridas; hay algunas que traen 2.000 o 3.000, como sean estas personas del pueblo pequeñito, la media es de 300-400 van andando.*

Multiplica por 100, pues son 30.000. Después los que van en coche, ¿cuántos coches pueden ir, 20.000 coches? 20.000 coches es mucho coche... Pues sino, 10.000, que los aparcamientos son para 3.000, pero bueno, supongamos que se llenan los aparcamientos, pues 10.000 coches. Si van llenos los coches con 4 personas: 40.000, de media los coches no van llenos, la media serían tres... Ponle otros 40.000. En autobús, vamos a ponerle 1.000 autobuses -que no van 1.000 autobuses al Rocío, pero bueno- si le pones 1.000, son 40.000 más; no van llenos, van 40 personas, 50... En moto, 1.000 motos; en bicicleta, 100 y ya está. Ahora sumamos, ¿cuánto sale? 120.000, no sale más; 100-120.000 personas que van al Rocío”.

Por lo tanto, eso del millón que se pone con tanta facilidad en los Medios, evidentemente, es mentira. Está muy bien que vayan 100.000-150.000 personas, que es lo que van, pero lo del millón me parece una desinformación poner eso en los titulares o en el contenido de los periódicos, y lo vemos todos los años cuando se celebra la romería. No quiere decir que los periodistas seamos mentirosos, sin embargo, a veces, cogemos tópicos que están ahí rodando y se van diciendo de un año para otro, y...: es un millón. Esa cuenta desmenuzable que organiza José Luis Montoya es perfecta, pero no pueden ir un millón, imposible; como mucho 150.000-120.000 personas.

El Rocío es esa fiesta global en la que se ha convertido, que ya es mundial porque en cualquier lugar del mundo al que vayas se sabe que existe esta romería, y ha trascendido de una romería de pueblo a una fiesta global, heterogénea. Los colectivos que van tampoco tienen nada que ver unos con otros..., es muy heterogénea en ese sentido.

Veamos cómo está el Rocío en la red, que es lo que yo he trabajado un poquito y como dirijo también un portal de Internet hace unos años, pues estoy acostumbrado a verlo y más o menos puedo hacer un análisis de cómo está. Hoy día, creo que el problema es que la red sea la calle, porque realmente la red ha sustituido a la calle. Nos conformamos con una calle virtual, que son las redes sociales, y ahí vivimos las 24 horas prácticamente. Se encuentra una mucha gente -claro, es más fácil encontrarse gente en la red que en la calle-; es más cómodo, no te tienes que levantar de tu silla, estás en el salón de tu casa... Así, todo eso es mucho más cómodo pero menos vivificante, menos vivible, menos creativo, y creo que mucho menos gratificador para la persona. Vivir solo en esa calle virtual es actualmente la red.

Analizando un poco qué es la red, qué hay en la red, del Rocío, lo primero que he echado en falta es que el Rocío, por ejemplo, no tiene web oficial; la tienen las Hermandades. A nivel de Comunicación, el Rocío ha

crecido sin que se comunicara prácticamente. Lo comunicábamos los Medios como nos parecía e iba mucha gente y ya está. Todo esto, evidentemente, a partir de hace 40 años. Antiguamente al Rocío iban pocas personas y había muy pocas Hermandades. Después de los años 70 se potenció el espacio de la aldea, se fue ambientando, produciéndose ese ambiente generalista. Realmente es un proceso que se ha producido en los últimos años. Y además, no ha sido creado. En el Rocío nadie se ha empeñado en llamar para que se viniera, ni en hacer información del Rocío, ni nada. El primero que la hizo fue un técnico de Radio Nacional ya jubilado, Antonio Vázquez Capilla, y fue el hombre que primero montó la primera Dirección de Comunicación de la ermita. Él puso allí un Gabinete de Prensa, donde se atendía a los Medios. Hasta entonces los Medios llegaban allí y daban la información que podían. Pero, Capilla, por amistades con personas de Almonte, montó esa primera dirección de Comunicación allí, en el Rocío hace ya unos 30 y tantos años, y fue el primer intento -digamos- de establecer una Comunicación, desde la ermita, de la Hermandad Matriz, de todo lo que es el entorno de la imagen de la Virgen del Rocío.

En la actualidad, ¿qué hay en la web? Entramos en internet y encontramos que hay una web, <www.rocio.com>, que es particular, un medio digital o cibernético que da información del Rocío. Ellos se consideran como “guía rápida para el Rocío”. Es un medio privado y ha cogido el nombre. Llegó, registró <rocio.com> y a estar en línea. No hay ninguno más con la denominación de Rocío para ofrecer información rociera, aunque hay uno que es <rocio.es> que vende trajes de flamenca y de corto exclusivamente. Por tanto queda patente que hay quien ha utilizado esa marca del Rocío para intereses comerciales. Tendría que haberse creado una serie de webs oficiales o pseudoficiales, pero no se crearon en su día o cuando se han intentado crear, ya estaban efectuados los registros. Y otras que son como <almontealdia.com>, que es una web local que da mucha información del Rocío, pero es un medio informativo no exclusivamente de El Rocío.

¿Dónde están las webs más o menos oficiales? En las Hermandades, las cuales han creado sus propias webs en las que dan información de sus actividades, ya sea de la romería, de cuando van a la visita anual durante el otoño/primavera o de sus actividades. La web más importante, o la de referencia, es la de la Hermandad Matriz de Almonte, que se llama <hermandadmatrizrocio.org>, aunque no desarrolla las redes sociales. Ninguna ha cogido el dominio <.es>, la mayoría de Hermandades están usando dominio <.org> o <.com>.

La más populosa, que lleva más gente, más artistas, más famosos es la Hermandad de Triana que sí desarrolló en su día la web y todas las redes

sociales adheridas. Es <hermandadrociodetriana.org>, tiene el Twitter que es <@rociode triana> y Facebook. Hay otras Hermandades: <hermandadrociohuelva.com>, <hermandad delrocio devillamanrique.com>, <hermandad delrocio de sevilla.org>, <hermandad delrocio de la macarena.com>, <hermandadrocio degines.org>, <hermandad delrocio de coria.com>, <rociodelcerro.com>, <rociojerez.com>, <hermandad castrense delrocio.es>, <hermandadrocio degines.org>, <hermandad delrocio de cadiz.blogspot.com.es>, y podríamos seguir ofreciendo hipervínculos. Aparte de la web, algunas con derivación en redes sociales y otras sin ellas. Hay quien no tiene ni referencia propia como es la Hermandad del Rocío de Sevilla Sur.

Considero que se han perdido ocasiones o momentos de hacer cosas oficiales con más prestigio y con mejor situación en los buscadores. Si cogemos Google y empezamos a buscar, apreciamos que no están posicionadas las webs o están mal colocadas; no saltan al buscador, por lo tanto, no están bien situadas.

Hasta ahora, en cuanto a internet, en cuanto a las webs. Sobre las redes sociales -porque estamos en un Panel sobre la red y la calle: la calle es virtualidad; las calles hoy día son las redes sociales- pasa que poco se ha desarrollado con fuerza y posicionamiento. En Facebook, el perfil más visitado, y con más *followers* (seguidores), es <Virgen del Rocío!>, que con más de 20.000, y pone Virgen del Rocío como personaje público -curiosamente a la Virgen la ponen de personaje público, pero es un perfil privado, igual que las webs que he dicho antes-. Hay otros perfiles en Twitter. Tenemos uno que se llama <@romeriarocio> que tiene 7.000 seguidores; <@virgenrocio>, 276 seguidores; <@radiodelrocio>, que es la oficial, unos 3.500 seguidores; <@romeriadelrocio>, que es personal de un rociero, 200 seguidores, y <@el_rocio_huelva>, un perfil de noticias, que tiene unos 2.000 seguidores.

El Rocío siempre ha adolecido de esa Comunicación oficial, o de esa organización de la Comunicación. La red Internet llegó de improviso, arrasó y cuando se ha querido tenerla en cuenta, no hay posibilidad de registrar dominios, ni parece que existan, y cuando han llegado las Redes Sociales, ha acontecido lo mismo, se han expandido como han querido, pues cada uno ha puesto su perfil y sobreviven ciertas informaciones que se van buscando, pero no existe más que lo que es Hermandad Matriz y como mucho lo que es la web oficial del Ayuntamiento de Almonte, pues no tenemos, como ya he indicado, una organización de la Comunicación sobre el Rocío. Sería interesante e importante que en el futuro inmediato se organizara una planificación comunicativa considerando la presencia mediática de todo lo que supone la Comunicación Cibernética.

Cuando estuve de director de *Canal Sur*, hicimos un convenio con el Ayuntamiento de Almonte para dar la información del Ayuntamiento y por consiguiente poner un punto fijo en su edificio en la aldea para dar información. Hoy en día se debería de hacer algo más, pero no veo en Almonte que exista mucho interés. Hay mucho negocio en el Rocío y en Matalascañas, no habiendo mucho interés en organizar la Comunicación. Parece que el único intento fue el que firmamos *RTVA* con el Ayuntamiento de Almonte hace años que, por cierto, fue con el Ayuntamiento, no con la Hermandad Matriz ni con otra estructura del Rocío, pero era fundamentalmente para comunicar sobre el Rocío.

Yo creo que el futuro pasa porque alguien se ponga en serio a organizar la Comunicación del Rocío para que la gente no se pierda y sepa lo que es; aunque la idea, la imagen y todo eso que la gente tiene del Rocío es muy diversa, porque es un hecho, un acontecimiento -como decía antes- plenamente heterogéneo. La Comunicación que se da es plural, muy heterogénea, muy diversa. Uno dice: “Me lo he pasado muy bien, oye ¿has ido a la ermita?”. Y por respuesta: “¿Eso qué es?”... Pueden producirse circunstancias de este tipo. Se debería de organizar lo que es la Comunicación, pues la información no está canalizada adecuadamente.

Antonio Silva: Sobre el tema de las Redes Sociales y la presencia de Internet en el Rocío, pongo un acaecimiento que viví en persona. En el año 1993, fue la vez única en la historia en que un Papa, Juan Pablo II, vino al Rocío, y subió a un balcón, que se le construyó expresamente y que se sigue conservando allí en la ermita. Dio un discurso en el que hubo una frase que fue, sin duda, muy significativa en lo que quería decir el Papa y era lo que se trasladó a los Medios de Comunicación al día siguiente, realmente, algunas horas después -año 93, junio del 93, Internet en España arranca en el 94-. El Papa dijo que había que poner en valor el polvo del camino. Imaginaos esa frase en boca de un Papa, hoy en Twitter. Haced una red viral, el Papa, el polvo del camino, la romería. Hemos dado un salto importante con la presencia de Internet a la hora de difundir los grandes eventos religiosos, culturales o de cualquier tipo.

¿Qué ocurre con el Rocío? Tiene dos aspectos. La romería en sí, con un pico de audiencia, que es cuando se concentra ese mítico millón de personas que evidentemente no caben, -como no caben en la Feria de Sevilla, porque no pueden caber en el recinto, 300.000 personas más que caben en toda la ciudad, donde habitan 700.000-, y después está un hilo fino durante todo el año. Un hilo fino que no tiene gran presencia en los Medios de Comunicación digitales o

cibernéticos. No hay una Comunicación sistematizada.

Hay en torno a 112 hermandades¹, de las cuales solo tienen página web como hermandad 61, hay 25 que no tienen y 26 que la tienen inactiva -algunas de ellas no las actualizan desde 2001 y otras desde 2009-, por consiguiente no les han dado la importancia que tiene Internet. Y de las 112, yo solo he localizado 17 que tengan Twitter, que es la gran herramienta de inmediatez que tiene hoy la Comunicación. Y sin embargo, nos vamos a un evento, no la romería, sino a los 200 años del Rocío de Triana, recientemente, que ha sido lo más *trending topic*: el <@rociode triana> en Twitter. Un evento porque la Hermandad de Triana es una de las pioneras que están haciendo más presencia en Facebook, en Twitter y en la web.

Sobre el tema de la webcam, tenemos un caso singular que no es en la romería, sino en el paso de las Hermandades por Villamanrique. Desde hace 10 ó 12 años hay una webcam permanente de la Diputación de Sevilla, que solo da el paso de todas las Hermandades que pasan por allí, de las que proceden del camino del Aljarafe mayormente y de Sevilla. Los picos de audiencia son brutales, porque la gente quiere ver algo más de lo que muestra la televisión generalista como puede ser *Canal Sur*. Y esa comunicación falta.

Bicheado un poco por Google, la página “más oficial”, la que más aglutina cómo divulgar el Rocío, es <rocio.com>, siendo de unos señores de Ronda. No es ni de los propios almonteños, lo cual refleja que la gente propia del Rocío no da importancia a la Comunicación. Y he encontrado una página súper interesante sobre el Rocío desde el punto de vista antropológico-religioso en la Universidad de Alabama:

<<http://anthropology.ua.edu/Faculty/murphy/Rocio/Rocio.htm>>. ¡La Facultad de Antropología de la Universidad de Alabama tiene una página web dedicada al Rocío! Es verdad que hay una Hermandad del Rocío en Bruselas, que tiene una web y un blog, ambos medios muy activos (<<http://www.rociobruselas.eu/>> y <<http://rociobruselas.blogspot.com.es/>>) siendo de lo más internacional, o la de “Rocieros en el Mundo” (<<http://rocierosenelmundo.com/blog/>>) que, en definitiva, son rocieros españoles que organizan peregrinaciones y que han recorrido medio mundo cantando la misa rociera. Tuve ocasión de verlos en Jerusalén, y fueron a entronizar una Virgen del Rocío en una pequeña capilla que hay en el monte Getsemaní. Junto a un convento de monjas ortodoxas rusas, había una capilla cristiana y fueron con José Luís de la Rosa al frente, que ya murió, y aquel día nevó en Belén -en toda aquella zona nevó- y entonces, la

¹ Nota de la edición: La intervención de Antonio Silva es al mes de noviembre de 2013, por lo que los datos que maneja son a esa fecha.

Virgen del Rocío se llama Santa María del Rocío de las Nieves. Es el único lugar donde la devoción de la Virgen del Rocío y la Virgen de las Nieves están unidas, y fue por aquella misa rociera en mitad del monte Getsemaní nevando. Fue una experiencia importante y bonita.

Curiosamente, las Hermandades más lejanas son las que tienen más presencia en la red: Palma de Mallorca, Gran Canaria, Ibiza, Murcia, Pozuelo de Alarcón, Madrid..., son las más activas como Triana en la cercanía. El resto y la Hermandad Matriz, poco activas cibernéticamente. ¿Qué significa esto? Que quizás, desde un punto de vista, la lejanía es lo que permite vivir la Red Social o Internet, porque es lo único que le da proximidad. Lo único que permite estar inmediato, estar cerca es la red. Desde aquí estamos al lado, en carretera como mucho, no teniéndose esa necesidad comunicativa que el de fuera sí la tiene.

Las redes no se han adaptado todavía a la terminología rociera, y es un fenómeno muy heterogéneo, que desde el punto de vista periodístico requiere - como cualquier otro- formación y especialización. Muchas veces los periodistas pensamos -podemos llegar a pensar-, que si se hace una crónica del Parlamento eres un buen periodista, pero si haces la Velá de tu barrio, eres un periodista de segunda. Y eres tan periodista como los otros. Tu profesión es contar lo que pasa, contar lo más veraz, acercar la información de lo que ocurre al ciudadano. Por tanto, cualquier información requiere formación: la judicial, la deportiva o la del Rocío. No es lo mismo una procesión de Semana Santa que una procesión del Rocío, evidentemente, porque tiene otro lenguaje, tiene otra antropología la fiesta y requiere -no hay que hacer un doctorado- una especialización en el lenguaje y el conocimiento, porque se puede caer en el error de querer ver el evento en sí desde un solo prisma: el prisma religioso, que es el importante, en su origen, no pudiéndose no adentrarse en el plano social, en el antropológico, en el cultural... en todos los que se tiene alrededor, pues también es información el Plan Romero con la seguridad del Rocío, y es información los centros de Emergencia, y el medioambiente con el Servicio de Protección de la Naturaleza... Todo tiene que ver con el Rocío; por consiguiente es bueno que el profesional de los Medios de Comunicación tenga una cierta formación y especialización en el Periodismo que va a ejercer.

Creo que el Rocío debe dar un paso adelante en lo que es la Comunicación Global, que haya una institucionalización de la Comunicación. Salvo el caso de Antonio Vázquez Capilla, no ha habido otro. El actual secretario de la Hermandad Matriz es el que hace de relaciones con los Medios, siendo lo que habitual en muchas Hermandades Filiales. No se profesionaliza esa relación, y eso lleva muchas veces -siempre- a “matar” al mensajero. Siempre los periodistas somos los culpables de los que sale mal en los Medios y

seguramente de no tener un conocimiento exacto del Rocío. ¿Qué fomenta esto? Que creamos que el Rocío de Triana es la Pantoja en el Quema, y el Rocío de Triana no es la Pantoja en el Quema, que van 3.000 personas; pero esa desinformación de lo que es la fiesta, lleva a que fuera del entorno más inmediato, se haga un tipo de Periodismo que evidentemente no trasciende la realidad de lo que es, y la culpa de esto no la tiene el periodista, la tiene el que comunica, que no sabe hacer una buena información, ni sabe poner la información adecuada para que el periodista cuente lo que ve; que va al Quema y hay fiesta, evidentemente; que hay alcohol, evidentemente; pero no es eso solo. Entonces, muchas veces nos quejamos de que se dan informaciones distorsionadas de la realidad, y la culpa está -en este caso- en la fuente informante. El Rocío como tal, como la gran romería de Almonte, con esa transcendencia andaluza o nacional no tiene canalizada su información, no sé si porque no la han valorado o creen que la gente viene sola y ya pasó el tiempo de que “*el buen paño del arca se vende*”. Lo que no cuentes lo va a contar otro por ti, y seguramente lo contará como a ti no te gusta.

N. García Estévez: Me ha surgido una pregunta al hilo de lo que estamos comentando. Se ha dicho que escasamente las Hermandades del Rocío, las Hermandades relacionadas con la romería del Rocío, se han incorporado a la web, algunas de ellas desactualizadas, interactúan poco en las redes sociales, algunas con más o menos frecuencia, y muchas veces con un carácter no oficial. Considero que todo en el espacio cibernético puede ser entendido desde el punto de vista periodístico como fuentes de información, que un periodista a la hora de cubrir este tipo de eventos puede nutrirse para realizar su trabajo, pero quería preguntar sobre cómo se está trasladando la cobertura del Rocío desde un punto de vista periodístico en todo ese ciberespacio.

A. Silva: En general, el mundo *blogger* no está muy profesionalizado, hay alguno suelto, pero poco. Realmente los blogs que hay del Rocío -digamos- son de aficionados que les gusta escribir demasiado; más que periodístico, laudatorio, semipoético... pero no de información.

S. Sánchez Traver: Al final, del Rocío, lo que sí tiene una repercusión brutal son ese tipo de cosas, que desgraciadamente son historias de telebasura, o *telemierda* como yo le llamo, porque la basura al fin y al cabo se recicla, pero la mierda no se recicla. Los chascarrillos es realmente lo que más llega por su potencia mediática, y lo otro es de aficionados. Entonces habría que canalizar, institucionalizar, organizar esa Comunicación.

J. Criado: Lo que no se ve por los Medios de Comunicación, o no se lee, prácticamente no existe. Un año la Hermandad de Pasión, de Sevilla, -quien

habla/narra, era su hermano mayor-, cuando el tiempo estaba inestable, salimos y nos cayó la tormenta, pareciendo aquello un Diluvio. No llamé a Noé para que trajera la barca y nos montara encima, porque realmente no conocía a Noé, sino lo llamo. Aquello nos ocurrió cuando estaba el Señor de Pasión en la plaza del Duque de la Victoria, entrando en Campana. Como allí están todas las cámaras de Televisión, aquello salió en todos lados. Sobre aquello hubo comentarios en toda la Prensa y en todos los sitios. "*Pasión respira*" fue un artículo muy famoso, porque se le puso un plástico y el mismo tenía vaho de los costaleros y aquello se nubló del vaho. Otra cosa que voy a decir para reír: yo no iba de hermano mayor, yo iba de fiscal de paso, que es el nazareno que va al lado del capataz. El que iba presidiendo aquello era el hermano mayor del Cachorro, porque Pasión y Cachorro tienen relaciones muy especiales, y él iba presidiendo vestido de negro, como si fuera Pasión, delante de mí. Y la gente se le acercaba: "*¡Psiquiatra tenías que ser!*" "*¡Estás loco!*" No era yo, que estaba atrás. Es importante tener conocimiento antes de hablar, porque él no era; se le estaba insultado a un pobre hombre que no tenía nada que ver con la decisión de haber salido. Y me refiero a que este año² ha habido una Cofradía de madrugada, de negro, a la que le ha caído la intemperie, ha habido una que entraba antes y prácticamente se salvó, pero la otra llegaba después y le ha caído fuerte lluvia, pero como no se filmó, nadie la ha visto; me he enterado que le cayó la tormenta por un miembro de esa Junta de Gobierno, que entraron mojaditos todos los integrantes y los pasos. Sin embargo, no existió porque no se grabó y no se escribió. Hubo quien lo vio presencialmente..., pero fueron pocas personas.

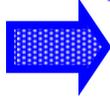
En el análisis de la realidad, y para poder escribir u opinar sobre la realidad, hay que ser realista, tiene que operar según la objetividad. Sin embargo, el ser humano es la persona más subjetiva que hay en el mundo. Y cuando se dice que al Rocío acude un millón de personas, cuando como mucho -y después de hacer todas las cuentas posibles habidas- no debería de superar las 300.000, ¿por qué ocurre eso? Existe porque nosotros tenemos la tendencia de asumir la proyección de nuestros deseos, no lo que realmente ocurre. Si el que está hablando del Rocío desea que allí haya bulla, pues "un millón". ¿Por qué no va a haber un millón? No existe análisis con rigor. Cuando lo escribe o lo dice en un Medio de Comunicación hay que tener en cuenta quién lo recibe, porque la tergiversación desde lo que se suministra hasta lo que llega tiene unos cambios tremendos. En esto de las numeraciones queremos que sea una cosa la realidad y hay que tener mucho cuidado, porque la realidad no suele responder a lo que nosotros deseamos, sino responde a lo que es, no responde a los deseos,

² Nota de edición: se refiere al año 2013, que es cuando se produjo el "Encuentro sobre Medios de Comunicación y Rocío".

sino a lo concreto y absolutamente desprovisto.

El deseo de comunicar aquello que queremos que sea la realidad, es nefasto, porque se pierde la historicidad del hecho. La objetividad es absolutamente necesaria y no decir lo que uno desea, sino lo que responde a la realidad. Insisto, hay que tener mucho cuidado con lo que se comunica, cómo se hace, porque siempre existe la interpretación de la persona a la cual va dirigida esa Comunicación.

(ir al inicio del Capítulo)



(ir al Índice)

