

MURCIA

UNA CIUDAD
CON ÁNGEL



La **DECLARACIÓN DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL** de las procesiones de la Semana Santa de Murcia, constituye una oportunidad para el desarrollo de iniciativas destinadas a la promoción turística de la ciudad. Dada la histórica oportunidad que ofrece, el Cabildo de Cofradías ha promovido la creación de una Marca Turística que identifique a las celebraciones pasionarias en todos los lugares del mundo, contando con el apoyo absoluto de la autoridad municipal.

TurisMurcia



semana
santa

DECLARADA DE INTERÉS
TURÍSTICO INTERNACIONAL



MURCIA

UNA CIUDAD CON ÁNGEL

semana
santa

DECLARADA DE INTERÉS
TURÍSTICO INTERNACIONAL

La Semana Santa de Murcia acaba de alcanzar en sus últimos años uno de sus hitos más relevantes con el reconocimiento de evento de particular utilidad a través de la **DECLARACIÓN COMO CELEBRACIÓN DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL**: otorgada con fecha 5 de abril de 2011 por la Secretaria General de Turismo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

El Real y Muy Ilustre Cabildo Superior de Cofradías de Murcia es consciente de que es un compromiso con los murcianos. Por ello tiene claro que debe insistir en la necesaria mejora de las procesiones y su difusión, porque de ello depende la imagen de Murcia en el exterior y, en definitiva, las posibilidades de constituir riqueza para el sostenimiento de sus familias. Para proyectar una imagen de **"EXCELENCIA TURÍSTICA"** en lo que respecta a la oferta de actividades, el Cabildo de Cofradías de Murcia, crea en su seno una Comisión encargada de la dinamización y mantenimiento del reconocimiento recibido por nuestra Semana Santa; que trabajando en este caso concreto, de forma conjunta con la autoridad municipal la proyecte y dinamice. Es la creación de una marca exclusiva, una **MARCA TURÍSTICA**, para la difusión de la Semana Santa de Murcia, de la Semana Santa de Interés Turístico Internacional.

Si por algo es reconocida nuestra Semana Mayor es, ante todo, por la brillante serie de imágenes escultóricas que desde el siglo XVIII acompañan a los penitentes durante las procesiones; particularmente, a aquellas efectuadas por Francisco Salzillo. En aquel momento, fruto de este interés por la obra artística de Salzillo un buen número de intelectuales a nivel nacional se dejaron caer por Murcia para conocer sus procesiones de Semana Santa: *Gabriel Miró, Mariano Benlliure, Jorge Guillén, Emilia Pardo Bazán, Emilio Castelar, Eugenio Noel, Salvador Rueda...*, fueron sólo algunos de los que tomaron el tren para conocer estas manifestaciones únicas, los cuales acertaron a dejar memoria escrita de la misma circunscribiendo sus señas de identidad, evidentemente, en torno a la escultura salzillesca.

El autor que quizá más fama dio a estas obras barrocas fue Gabriel Miró que incorporó el Ángel de Salzillo como protagonista etéreo de su célebre novela *El Obispo Leproso*. Seguramente deba concordarse con Miró que no exista mejor emisario para llevar nuestra imagen procesional a todos los rincones sino este ser alado cuya impronta, belleza, bien puede constituir el icono por excelencia de las procesiones, el alma espiritual de la ciudad.

Ello induce a pensar que el Ángel, su silueta, sus pormenores, su impronta y hasta su sombra, deben ser objetos de trabajo para la constitución de una marca particular de nuestra Semana Santa: una marca que sólo verla se identifique con nuestra celebración pasionista. La propuesta de un nombre para dicha marca turística parece lógicamente adherida a dicho logo, y por tanto, debe aludir a las evocaciones universales de esta imagen sin par: *"El Ángel"*. Se propone para constituir esta marca turística la frase *"Murcia, una ciudad con Ángel"*

Obviamente, con esta frase se consiguen tres objetivos claros, el primero, la imagen del Ángel singulariza a Murcia y a la imagen de Salzillo siendo un espécimen artístico único y genuino, el Ángel por excelencia; ello suscita interés en conocer este icono por antonomasia. El segundo objetivo constituye un juego semántico y tiernamente evocador que favorece tanto a la imagen de la ciudad, como a la de la celebración de la Semana Santa. Por último, aúna a los cofrades bajo una imagen representativa, indiscutible y fundamental de nuestra Semana Santa, sea cual sea la cofradía a la que se pertenezca.

La marca turística ha de ser usada en todos los ámbitos, pero fundamentalmente en los ejes viarios, vallas publicitarias, puntos clave de la ciudad, estaciones y aeropuertos, medios de comunicación, proyectos turísticos hosteleros, porque ahora toca convertir esa declaración nominal en un recurso que genere riqueza y que, en definitiva, revierta en el bienestar de los murcianos.

Hagamos, pues, del Ángel nuestra imagen en cualquier frontera y convirtámoslo en un icono global: como escribió Gabriel Miró en 1926 al respecto de su universalidad:

"Bien sé que esa imagen del Ángel es la que debemos amar entre todas las imágenes de todos los ángeles. Los que entienden de belleza dicen que el imaginero tuvo inspiración divina labrando un cuerpo hermoso que no fuese de hombre ni de mujer. No participa de nosotros, y pertenece a nosotros."

