



UNA ROSA Y UN MILAGRO

Propuesta de exposición temporal
de la cartelería de la Hermandad
de Zamarrilla de Málaga

CRISTINA CHINARRO JIMÉNEZ

UNA ROSA Y UN MILAGRO. PROPUESTA DE
EXPOSICIÓN TEMPORAL DE LA
CARTELERÍA DE LA HERMANDAD DE
ZAMARRILLA DE MÁLAGA

TRABAJO FIN DE MÁSTER

MÁSTER EN ARTE, MUSEOS Y GESTIÓN
DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE

TUTORA: VICTORIA SÁNCHEZ MELLADO



A mi abuela Isabel, por hacerme de Zamarrilla.
A mamá y papá.

A Enrique Moyano Carballo, archivero de Zamarrilla, por su ayuda inestimable y el tiempo desinteresado
dedicado a este proyecto.

A Pepe Berna, hermano de la cofradía y ayudante de archivo.

A Salvador González Arlandi, secretario de Zamarrilla.

A Francisco Javier García, vocal de secretaría.

A Juan Alonso Sánchez, tesorero de Zamarrilla.

A la Hermandad de Zamarrilla y a todos sus hermanos.

A Victoria Sánchez Mellado, por su infinita paciencia y apoyo.

A Martina Sánchez Álvarez, por hacer de lo difícil algo fácil.

A Antonio Jesús Rico González, por su arte.

A todas aquellas personas que, en mayor o menor medida, han contribuido para que *Una rosa y un milagro*
sea posible.

RESUMEN

El cartel es, en esencia, un medio de comunicación que tiene por protagonista una imagen. En la sociedad de consumo, es una pieza clave para movilizar al usuario y motivarle a sentirse atraído por lo que está representado en él. En Málaga, los carteles cofrades aparecen en 1921 y, casi ocho décadas más tarde, en 1999, la propia cofradía de Zamarrilla empezará a editar los suyos propios. Este trabajo, protagonizado por dichos carteles, es un proyecto multidisciplinar. Es, en primer lugar, un proyecto de exposición. Por otro lado, dado el afán por exponer en la propia casa hermandad, se plantea un plan integral para musealizar este espacio. Es, además, un estudio pionero en cuanto a la cartelería de Zamarrilla se refiere. También, se presentan una serie de medidas de accesibilidad física y cognitiva, para abrir el proyecto a un público muchas veces olvidado. No solo esto, sino que además se han definido medidas para la difusión del proyecto, cuyo núcleo se centra en la vinculación de la cofradía con su barrio. Por último, se presentan algunos objetos de *merchandising* diseñados especialmente para la ocasión. *Una rosa y un milagro* es una exposición temporal que reúne la cartelería que anuncia anualmente la salida procesional de esta hermandad del Jueves Santo y que, a través del arte, es una muestra más de la devoción y la forma de entender la cofradía que tienen los malagueños y extranjeros. Reúne obras de artistas consagrados e importantes en la pintura cofrade malagueña como Eugenio Chicano, Pepe Palma o Jaime Díaz Rittwagen, con las de pintores no tan conocidos como Fernando Núñez Fernández o hermanos de la cofradía, como es el caso de Noelia Guerrero Jiménez. Montar una exposición temporal que recoja la cartelería que anuncia la salida procesional anual de la Cofradía de Zamarrilla de Málaga no es el único objetivo de este proyecto. También lo es el compartir con el público general la cartelería de dicha cofradía, dar protagonismo al barrio de La Trinidad, diversificar la oferta cultural de la ciudad y visibilizar a quiénes forman parte con su obra de la cartelería de Zamarrilla.

PALABRAS CLAVE: Carteles, Semana Santa, Exposición, Zamarrilla, Málaga.

ABSTRACT

The poster is, in essence, a media with an image as protagonist. In the consumer society, it is a key element for mobilising users and motivating them to feel attracted to what is represented in posters. In Malaga, brotherhoods posters appeared in 1921, and almost eight decades later, the Cofradía de Zamarrilla itself began to publish its own posters in 1999. This work, which features these posters, is a multidisciplinary project. It is, firstly, an exhibition project. On the other hand, given the desire to exhibit in the brotherhood house itself, a comprehensive plan is proposed for the museulisation of

the space. It is also a pioneering study in terms of Zamarrilla's signage. It also presents a series of physical and cognitive accessibility measures to open up the project to a public that is often forgotten. Not only this, but also diffusion measures have also been defined for the dissemination of the project, the core of which focuses on the link between the brotherhood and its neighbourhood. Finally, some merchandising objects designed especially for the occasion are presented. A rose and a miracle is a temporary exhibition that brings together the posters that announce the annual Maundy Thursday procession of this brotherhood and which, through art, is another example of the devotion and the way of understanding the brotherhood that the people of Malaga and abroad have. It brings together works by established and important artists in Malaga's brotherhood painting such as Eugenio Chicano, Pepe Palma and Jaime Díaz Rittwagen, with works by lesser-known painters such as Fernando Núñez Fernández or brothers of the brotherhood, as is the case of Noelia Guerrero Jiménez. Putting together a temporary exhibition of the posters announcing the annual procession of the Brotherhood of Zamarrilla in Malaga is not the only aim of this project. It is also to share the brotherhood's posters with the general public, to give prominence to the neighbourhood of La Trinidad, to diversify the city's cultural offerings and to raise the profile of those whose work forms part of the Zamarrilla posters.

KEY WORDS: Posters, Holly Week, Exhibition, Zamarrilla, Malaga.

Índice

I. Introducción y justificación	7
II. Objetivos	9
III. Metodología	10
IV. DAFO	13
V. Estado de la cuestión	13
VI. Análisis de público	18
VII. Marco teórico	21
1. La Semana Santa malagueña y la Cofradía de Zamarrilla	21
2. Los carteles: evolución y aparición del cartel cofrade en Málaga	29
3. El cartel cofrade de la Cofradía de Zamarrilla	35
VIII. Museología	42
IX. Museografía y montaje de la exposición	58
1. Sala y recorrido	59
2. Iluminación	65
3. Cartelas	66
4. Montaje	72
5. Desmontaje	82
X. Estrategias para la accesibilidad física y cognitiva	82
XI. Difusión	86
1. Actividades de difusión y publicidad	86
2. <i>Merchandising</i>	95
XII. Cronograma	101
XIII. Presupuesto	103
XIV. Conclusión	106
XV. Índice de ilustraciones	108
XVI. Bibliografía y webgrafía	113

I. Introducción y justificación

Existe en Málaga un barrio con siglos de historia: el de La Trinidad. Barrio popular y señero, es de los pocos lugares de la ciudad donde aún prevalecen los vecinos, donde se pueden encontrar corralones tal y como eran, un mercado tradicional donde los habitantes van cada mañana, plazas e iglesias rodeadas de casas típicas... Es, además y sin ninguna duda, uno de los barrios cofrades por excelencia de la ciudad. En sus límites, cerca del vecino barrio de El Perchel, existe una pequeña ermita conocida popularmente como “la catedral de Calle Mármoles”. Se trata de la ermita de Zamarrilla, donde se encuentran durante todo el año la Virgen de la Amargura, el Cristo de los Milagros y el Santo Suplicio. A pesar de no haber un veredicto oficial sobre si la Cofradía de Zamarrilla es trinitaria o perchelera, pues geográficamente se encontraría en la acera donde comienza El Perchel, los vecinos del barrio de La Trinidad hace mucho tiempo que dejaron clara su devoción a la cofradía y que esta era y siempre sería trinitaria (podemos ver ejemplos de la unión entre barrio y hermandad en las imágenes 1, 2 y 3).



Imagen 1. Muestra de devoción popular en una pared del Pasaje Mármoles. Imagen propia.



Imagen 2. Captura de pantalla de la descripción del perfil “Zamarrilla Trinitaria” en X. Imagen propia.



Imagen 3. Procesión del Jueves Santo. Virginia Caro. Obtenida en X.

La Cofradía de Zamarrilla, mi cofradía, me inspiró para proponer una exposición temporal que reuniese la cartelería que anuncia anualmente su salida procesional del Jueves Santo y que, a través del arte, es una muestra más de la devoción y la forma de entender la cofradía que tienen los malagueños y extranjeros. La exposición se llamará *Una rosa y un milagro* y reunirá obras de artistas consagrados e importantes en la pintura cofrade malagueña como Eugenio Chicano, Pepe Palma o Jaime Díaz Rittwagen, con las de pintores no tan conocidos como Fernando Núñez Fernández o hermanos de la cofradía, como es el caso de Noelia Guerrero Jiménez. No podríamos concebir un lugar para exponerla que no fuese la propia casa hermandad, lo que ha supuesto la concepción de un proyecto completo para musealizar el espacio.

Junto a ello, hemos planteado una serie de actividades paralelas como son nuestras estrategias, basadas en las redes sociales y la unión con el barrio, con la intención de que sea conocido por el mayor número posible de personas y así procurarnos la asistencia de público. Otra de esas actividades es el intento de potenciar la accesibilidad del proyecto. No solo la accesibilidad física, sino también la cognitiva. Queremos que *Una rosa y un milagro* pueda ser contemplada y disfrutada por todo el mundo. Por último, se ha diseñado una serie de objetos de *merchandising*, para sufragar parte de los gastos de la exposición y como recuerdo para el visitante.

Tras realizar un cuidadoso estudio de la bibliografía y fuentes existentes, así como de las exposiciones previas relacionadas con la que se plantea en este proyecto y el estudio del público, podemos concluir que *Una rosa y un milagro* es, por un lado, un proyecto necesario, debido a la escasa bibliografía especializada en cartelería cofrade, cofrade-malagueña y de Zamarrilla y, por

otro, una exposición que puede gustar si nos atenemos a los intereses de los usuarios que consumen cultura y Semana Santa. En resumen, proponemos un proyecto que aporta novedad y originalidad al panorama expositivo de la ciudad, dadas las exiguas exposiciones cofrades que emplean carteles en ella, así como a su núcleo cofrade.

II. Objetivos

El objetivo general consiste en montar una exposición temporal que recoja la cartelería que anuncia la salida procesional anual de la Cofradía de Zamarrilla de Málaga y que lleve por título *Una rosa y un milagro*.

En cuanto a los objetivos particulares, estos responden a la necesidad de compartir con el público general la cartelería de dicha cofradía. Había una pequeña muestra expuesta de dicho patrimonio en la propia casa hermandad, pero no estaba completa y ha sido retirada hace poco. Lo mismo sucede con la página web, que posee los carteles de los últimos quince años, pero no va más allá, lo que implica que los propios hermanos de Zamarrilla no conocen el patrimonio de su hermandad. La exposición propuesta busca solucionar esta cuestión, no centrándose únicamente en los hermanos y hermanas, sino en el malagueño e incluso en el visitante o turista que llega a la ciudad y quiera ser testigo de su cultura popular y de su arte más personal. Esto es de vital importancia, pues se busca dar al patrimonio cofrade el lugar que le corresponde como parte de la seña de identidad malagueña, la cual se está perdiendo debido al turismo de masas, la gentrificación y la globalización. Siguiendo un poco en esta línea, la exposición sería una buena oportunidad para dar protagonismo y que se pongan las miras en el barrio de La Trinidad, barrio señero de la ciudad que está perdiendo identidad y protagonismo en detrimento del centro. Además, otro objetivo que podemos señalar es el de diversificar la oferta cultural de la ciudad al proponer una exposición que, por sus características, no es muy frecuente, ni en la capital malacitana ni en otros lugares. Por lo que podría aportar frescor y novedad al panorama de exposiciones cofrades, que suelen girar en torno a la muestra de su patrimonio (mantos, coronas, broches y demás frutos de los talleres de bordado y orfebrería). Por último, debemos tener en cuenta a los pintores que han llevado a cabo estos carteles. Otro de los objetivos es el de visibilizar quiénes forman parte con su obra de la cartelería de Zamarrilla, dando visibilidad a aquellos que no son tan conocidos y homenajeando a los ya consagrados.

III. Metodología

Este proyecto comenzó a gestarse en abril de 2024 y finalizó en septiembre de ese mismo año. Los pasos seguidos para poder llevar a cabo este trabajo han sido los de investigación, redacción y montaje de la exposición. Además, se han realizado dos actividades complementarias que han sido fundamentales para el desarrollo del mismo: mis prácticas curriculares en el Museo Thyssen de Málaga y una estrecha colaboración con el archivo de la cofradía de Zamarrilla.

Este proyecto se asienta, primeramente, en una amplia labor de investigación, para la que nos hemos servido de todo tipo de fuentes e instituciones. Los principales temas consultados fueron la historia de los carteles, la de la cartelería cofrade y la historia de la Cofradía de Zamarrilla. También hemos hecho especial hincapié en la biografía de los autores de los carteles de la hermandad. En esta búsqueda de información nos gustaría destacar los portales web empleados: Dialnet, Google Academic, Academia.edu..., las bibliotecas de la Universidad de Málaga o de la Pablo de Olavide, el servicio de préstamo interbibliotecario de esta segunda, el CBUA y REBIUN, así como el mencionado archivo de la Cofradía de Zamarrilla, en el cual hemos podido dar con todos los datos relativos a la hermandad y de los carteles que íbamos a exponer y sus datos. Este ha sido sin duda el lugar donde más información valiosa hemos adquirido para el proyecto. Si bien la mayor parte de esta tarea tuvo lugar durante las primeras tres semanas, la investigación es fundamental en todo momento, pues nos sirve para modificar aspectos una vez va tomando forma el proyecto, mejorar ciertas partes ya escritas y/o concebidas, así como añadir nueva y más detallada información...

Este proceso de investigación no ha consistido simplemente en leer libros/artículos/tesis especializadas y parafrasear lo que los expertos han dicho ya previamente. Por ejemplo, para encontrar ciertos autores, hemos tenido que trabajar junto a un grupo de personas de la hermandad, como es el caso del archivero o del tesorero, consultando datos, Internet, el archivo, etc., para poder dar con todos ellos, pues al inicio de este trabajo muchos de los autores eran prácticamente anónimos. Esto es debido a que, si bien los carteles comenzaron a editarse en 1999, de diciembre de 2005 a julio de 2015, la cofradía estuvo intervenida mediante una Junta Rectora (impuesta por el obispado, pero conformada por miembros de la hermandad). Durante este periodo, la información guardada se ve drásticamente mermada, reduciéndose en algunos años a facturas. Podemos citar como ejemplo el caso de María Egea. De su cartel de 2008 –cuyo original se encuentra en la cofradía– nadie sabía quién había sido el autor o autora, no había consenso con respecto a la firma (algunos creían que firmaba como “Evel” y otros como “Egea”) y no se conservaba nada en el inventario de Zamarrilla. Actualmente, tras un arduo proceso de investigación, podemos saber que

se trata de la malagueña María Egea Alarcón, con la que incluso se trató de contactar para conseguir aún más información, aunque sin éxito por su falta de respuesta.

Otro ejemplo fue la “búsqueda” del cartel del año 2000. Si bien en el archivo contaban con una reproducción, este tenía el texto equivocado. En él se podía leer “traslado”, lo que nos hizo pensar en un primer lugar que no era lo que buscábamos y que se trataba del cartel de traslado, no del de la salida oficial del Jueves Santo. En un principio la situación era tal que se consideró la posibilidad de exponer la colección incompleta, sin la correspondiente obra de principios de siglo. Tras un proceso de investigación y consulta de fuentes pudimos determinar que, en efecto, era el texto lo que estaba errado y que teníamos entre manos el cartel del año 2000, dado por perdido a falta de una copia en los archivos de la hermandad. Esto también es un ejemplo de la relación simbiótica establecida con la cofradía y, más concretamente, con su archivo. Algunos cargos de Zamarrilla nos han provisto de asesoramiento e informaciones claves, mientras que este proyecto les ha servido para poder actualizar y ampliar sus datos sobre su propia cartelería.

También debemos mencionar la labor de contactar con algunos autores de carteles. Nos referimos a la entrevista con Noelia Guerrero Jiménez, autora del cartel de 2014, que nos concedió parte de su tiempo para que pudiésemos recabar información acerca de ella y de su obra. Esta labor es importante para poder dar protagonismo a aquellos pintores a la sombra de los grandes cartelistas cofrades malagueños, como podrían ser Eugenio Chicano o Pepe Palma, así como a las pintoras, escasas en comparación con sus respectivos masculinos.

Otro punto que mencionar son las numerosas visitas a la hermandad para familiarizarnos con el entorno expositivo, tomar imágenes y medidas, estudiar los planos del espacio, barajar las posibilidades que nos ofrecía el lugar, sopesar los cambios que debíamos realizar para poder musealizar la sala, conversar con los propios hermanos para poder contar con su opinión y punto de vista, etc.

Una vez desarrollado ese contacto con la hermandad, trabajamos en el proceso de selección de las obras a exponer. Desde un primer momento se quería contar con la totalidad de carteles que anunciaban el Jueves Santo: 26 ejemplares. En esta decisión excluimos obras verdaderamente interesantes como el cartel de Coronación Canónica de 2003, los del Vía Crucis del Santo Suplicio o algunos de aniversarios. Había que tener en cuenta que no contábamos con un espacio ilimitado pese al patrimonio tan interesante que poco a poco íbamos descubriendo. En cuanto a los originales a exponer, estos se han elegido en base a un criterio de reconocimiento dentro del mundo cofrade malagueño. Es por ello que se exponen los tres óleos de Eugenio Chicano –que corresponden al año 2002, 2019 y 2020–, el de Pepe Palma del 2000, el de Francisco Torres Mata de 2004, los dos de Jaime Díaz Rittwagen (2003 y 2005) y el último cartel hasta la fecha de concepción de este proyecto, el de 2024 de José Antonio Jiménez Muñoz.

Tras estudiar el espacio y seleccionar las obras hubo que desarrollar el montaje. Los programas y páginas web usados a la hora de realizar los diferentes montajes y ediciones han sido totalmente diversos. Picsart, Canva y Landing para editar fotos, People Art Factory para las vistas virtuales, Publisher para los planos de distribución y medidas y Mockup Bro para ciertas maquetas. De algunos de ellos ya teníamos conocimiento y los habíamos usado previamente, mientras que otros nos los recomendaron y enseñaron a usar personas que nos han guiado en el transcurso del trabajo.

Cabe destacar que la realización del proyecto museográfico se ha llevado a cabo a la vez que las prácticas en el Thyssen. Durante algo menos de un mes estuvimos informándonos, aprendiendo, modificando y añadiendo información y planos para que fuese lo más detallado y fácil de comprender posible. Para llevar a cabo esta parte también nos servimos de muchos de los materiales visuales con los que cuenta dicho museo, para poder decidimos acerca de los colores de las paredes, de los textos, de los rótulos, del diseño de las cartelas, de los elementos de sujeción a emplear, etc.

Parte del proceso de concebir este proyecto expositivo pasa por delimitar estrategias que puedan emplearse a la hora de hacer más accesible la exposición, tanto física como cognitivamente. Para ello se ha colaborado con Alejandra Heredia Callejón, terapeuta ocupacional, para que *Una rosa y un milagro* fuese lo más inclusiva posible con todo tipo de público.

En cuanto a las estrategias de difusión escogidas, teniendo en cuenta que la exposición se centra en cartelería, quisimos que estas fuesen principalmente visuales, apoyándonos en carteles, folletos, pegatinas o montajes en la propia calle. Esto, aun así, no excluye estrategias más comunes como el uso de las redes sociales o el llamamiento a los hermanos por medio del común *email* que suele enviar la hermandad para informar de todo acontecimiento importante.

Finalmente, debemos mencionar la colaboración de numerosas personas en el transcurso de la realización del trabajo. En especial, Victoria Sánchez Mellado, que ha tutorizado este proyecto y ha empleado una gran cantidad de tiempo en aconsejarnos, corregirnos y explicarnos cómo realizar este complejo trabajo; Enrique Moyano Carballo –archivero de Zamarrilla– que ha guiado nuestros pasos en todo momento y nos ha ofrecido asesoramiento en lo relativo a la hermandad, sacrificando su propio tiempo personal para ayudarnos con un sinfín de detalles; Martina Sánchez y su ayuda tanto en el diseño de los planos como en todo lo relacionado con arquitectura; Alejandra Heredia y su guía y consejos como terapeuta ocupacional para definir la parte de accesibilidad; Clara Ruiz, tutora de prácticas, así como las conservadoras Carmen Martínez, Bárbara García y el diseñador Alberto Gil, que han puesto a nuestra disposición todas las herramientas de una institución tan relevante como el Museo Carmen Thyssen de Málaga. Su ayuda y respuesta a nuestras preguntas han sido determinantes para elevar el proyecto y darle el toque profesional y realista del que goza.

IV. DAFO



Imagen 4: Análisis DAFO. Realización propia con Canva.

V. Estado de la cuestión

Uno de los puntos importantes para proponer este proyecto es la escasez de trabajos y exposiciones centrados en la cartelería de una cofradía en particular. Hasta la fecha no se ha hecho ningún estudio sobre la cartelería de la cofradía que nos atañe. Aun así, en este apartado se deben mencionar los libros y artículos de carácter más general centrados en los carteles o en la Semana Santa de Málaga.

Uno de los libros indispensables para realizar este trabajo de investigación ha sido *Zamarrilla. Historia, iconografía y patrimonio artístico-monumental* de 1994. Podría considerarse un manual en todo lo relacionado con la hermandad, pues ofrece un recorrido histórico muy detallado desde los orígenes hasta la fecha de publicación, apoyado en numerosa bibliografía y fuentes primarias como actas, cartas, fotografías, contratos, etc. Además, el libro cuenta con una serie de apéndices y numerosísimas imágenes para hacer más fácil la comprensión de lo escrito.

También, presenta capítulos relacionados con el arma de caballería, la leyenda de Zamarrilla o el análisis iconográfico de los titulares y de los enseres.

Junto a la hermandad, también hemos tenido que investigar sobre los carteles. Así, podemos destacar *Los carteles: su historia y lenguaje* de John Barnicoat, publicado en 1973. Este libro muestra un recorrido por la historia del cartel, desde sus inicios aproximados en 1870 hasta nuestros días, tocando temas como su relación con la sociedad, el humor, la política, así como los distintos estilos más empleados a la hora de realizarlos. Cuenta con abundantes ilustraciones a color y en blanco y negro y puede considerarse como un verdadero manual básico para el estudio de la cartelería.

Concretando el tema, debemos citar *El cartel de la Semana Santa malagueña*, publicado en 1981. Este libro, escrito por Agustín Clavijo García y Juan Antonio Ramírez Domínguez, lleva al lector a los inicios de la cartelería cofrade en Málaga y se detiene en 1981. Se analizan uno por uno, año tras año, los carteles que han anunciado dichas fiestas en la ciudad, su estilo, las anécdotas de sus autores y se mencionan otros no oficiales. Además, tiene una parte más introductoria sobre el cartel en general, antes de centrarse en el de índole cofrade. Es una guía muy completa acerca de las obras que hubo en seis décadas del siglo pasado (desde los años 20 a los 80). A modo de continuación de este libro y siguiendo la línea de Clavijo García y Ramírez Domínguez, hay que citar el de Francisca Torres Aguilar, *El cartel de la Semana Santa de Málaga (1980-2008)*, publicado por la Universidad de Málaga en 2008. En él, la autora analiza los carteles y concursos de cartelería/encargos habidos desde los 80 hasta 2008. Además, la obra cuenta con un apartado sobre su difusión, así como un apéndice documental y gráfico. Por último, es relevante el breve estudio que ofrece de la cartelería tanto de otras ciudades andaluzas, como Cádiz, Almería, Huelva, etc., como españolas, Valladolid, Valencia, Zamora, Murcia...

Otra obra centrada en la evolución del cartel cofrade malagueño es *Historia del cartel de la Semana Santa de Málaga 1921-2005*. Esta compilación fue editada por COPE Málaga a inicios de este siglo y reúne todas las obras que se han publicado en el lapso de tiempo que se menciona en el título. El libro sigue la misma estructura para cada cartel: imagen a tamaño A5 en el anverso de la página y en el reverso una miniatura de la misma obra, el título, la técnica, el depósito y el autor, así como una efeméride de algo que hubiese sucedido en el país ese año.

Si bien no hay mucha más bibliografía sobre carteles cofrades en Málaga, sí la hay de otras localidades como Sevilla, que sin duda es la ciudad que más los ha estudiado. Como ejemplo podemos citar *Evocaciones. Pinturas, grabados, carteles y documentos de la Semana Santa de Sevilla*. Si bien entendemos que se han llevado a cabo investigaciones posteriores, pues esta data de 1987, su capítulo dedicado a los carteles cofrades y su evolución histórico-artística es de gran relevancia si se quiere llevar a cabo un estudio de este tipo. Gracias a que los textos vienen

acompañados de numerosas imágenes, podemos emplearlas para hacer comparaciones con los malagueños, entenderlos más, saber a qué estilo se adscriben, etc.

Otro caso es el estudio de María Luisa Cárdenas Rica del año 1999: *El Cartel de culto en las hermandades sevillanas*. En su estudio, la autora señala la evolución en el diseño de los carteles que anuncian los cultos de las distintas hermandades de la ciudad, así como sus formatos, en qué imprenta se imprimen, con cuánto tiempo de antelación se distribuyen (quizás el dato más interesante de los aportados, pues puede servir como ejemplo a la hora de llevar a cabo nuestras propias actividades de difusión) y dónde se colocan. También desglosa la información por cofradías sevillanas encuestadas.

Junto a ellos podríamos mencionar otros títulos que también pueden servir para ampliar los conocimientos acerca de la cartelería cofrade sevillana, como *Carteles de Semana Santa* (2000) y *Carteles pictóricos del Consejo General de Hermandades y Cofradías de la Ciudad de Sevilla* (2021). Todos ellos demuestran el alto interés por estas producciones en la capital andaluza, al contrario de lo que hemos visto para Málaga.

De otros municipios andaluces encontramos *Antequera, su Semana Santa*, editado en 2015. Uno de sus capítulos está dedicado a los carteles que anuncian estas festividades. A través de sus páginas trata de dar una definición digna de “cartel de Semana Santa” y analiza los cambios estilísticos, de soporte, de formatos, de tamaño, de motivos, las fechas en las que se han editado y aquellas en las que no, desde 1944 hasta nuestros días, ilustrando el estudio con imágenes de estos.

Además, nos constan tres estudios de distintas ciudades castellanas acerca de los carteles de Semana Santa, que nos sirven como muestra de que el tema se aborda en otros puntos de la geografía nacional. Estos son: *Los carteles de la Semana Santa de León* (2003), *Burgos: carteles de Semana Santa e historia de la ciudad* (2010) y *La fotografía en los carteles de Semana Santa de Valladolid* (2017).

Como vemos, la bibliografía aquí mencionada, aun siendo estudios completos y útiles, es escasa y evidencia, al mismo tiempo, que nadie ha hecho un estudio previo de temas tan concretos como, por ejemplo, la cartelería de la Cofradía de Zamarrilla. Esto no hace más que convencernos de la necesidad de un proyecto como el de *Una rosa y un milagro*, para poder dar visibilidad a este terreno, aún por explorar.

Pasemos ahora a las exposiciones realizadas con anterioridad de cartelería cofrade. En el año 2021, en Zaragoza, se inauguró *Los carteles de la Semana Santa de Zaragoza 1949-2021*. Esta exposición fue ideada por la Asociación para el Estudio de la Semana Santa, que colocó en la vía pública la historia de la cartelería cofrade zaragozana. Además, la exposición puede consultarse de manera virtual en la página web del Archivo Municipal de Zaragoza. Esto significa que era una exposición dual: en la calle de manera presencial y también virtual, para poder ser disfrutada

incluso años después. Esta última se encuentra dividida en: 1. Carteles pintados (1949-1962), 2. Años de crisis (1963-1973), 3. Carteles fotográficos (1974-1983), 4. Fotografía encuadrada (1984-1995) y 6. Imagen completa (1996-2021)¹. Este mismo año, en Sevilla, dentro del ciclo *Cuaresma en Sevilla*, se organizó la exposición *Carteles pictóricos de la Semana Santa de Sevilla*. En esta se presentaban 29 obras de distintos autores que se habían utilizado para anunciar dicha celebración desde 1992 a 2020. El comisario fue José Roda Peña, profesor en la Universidad de Sevilla de Historia del Arte y vicepresidente del Consejo de Hermandades de Sevilla².

En el año 2022, en el palacio de la Audiencia de Soria, se presentó *Semana Santa en carteles*, una recopilación de distintas ilustraciones de diversos puntos de la geografía española. La mayoría de las piezas que participaron en dicha exposición eran propiedad de Manuel Moreno Chacón, quien también hizo de coordinador del proyecto. Este formato se repitió en 2023 y 2024, cambiando únicamente las localizaciones³. También, en Valladolid, ciudad conocida por su Semana Santa, se llevó a cabo en 2022 *Carteles de Semana Santa en Valladolid 1928-2022*. Se presentaban al público 97 carteles originales y dos reproducciones, siendo la primera parte de un ciclo expositivo que continuó al año siguiente⁴.

En 2023, podemos mencionar la exposición de Daniel Franca que tuvo lugar en marzo en la capital hispalense. Titulada *Daniel Franca + Semana Santa*, estaba comisariada por Francisco Ros, profesor en la Universidad de Sevilla de Historia del Arte. Si bien el autor ha sido el cartelista de la Semana Santa de Sevilla en 2023, la exposición en cuestión se centraba en su obra y trayectoria, es decir, en las pinturas con temática de Semana Santa que ha llevado a cabo el autor y solo incluía un cartel de Semana Santa de Sevilla, el del año 2023⁵.

Otros emplazamientos andaluces donde se expuso cartelera cofrade en 2023 fueron Marmolejo (Jaén) y Málaga. En la primera, se desarrolló por decimonovena vez una exposición que combinaba la cartelera de Semana Santa (curiosamente de diversas ciudades españolas, no solo de Marmolejo) con libros de la misma temática⁶. La segunda se centró en una única hermandad y estuvo organizada por la cofradía de “El Rico”, que con motivo del centenario de su titular mariana

1 Puede consultar la información acerca de dicha exposición en <https://zaragoza.es/sede/portal/archivo/carteles-semana-santa/>.

2 Artículo completo de Pasión en Sevilla en https://www.abc.es/sevilla/pasionensevilla/noticias-semana-santa-sevilla/sevi-consejo-expone-29-carteles-pictoricos-semana-santa-sevilla-202103101359_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fsevilla%2Fpasionensevilla%2Fnoticias-semana-santa-sevilla%2Fsevi-consejo-expone-29-carteles-pictoricos-semana-santa-sevilla-202103101359_noticia.html.

3 Artículo completo de COPE en <https://cyl.cope.es/soria/semana-santa/exposicion-de-carteles-de-semana-santa-en-el-palacio-de-la-audiencia-de-soria/>.

4 Puede ver la noticia en la página del Ayuntamiento de Valladolid en <https://www.valladolid.es/en/actualidad/noticias/ayuntamiento-inaugura-exposicion-carteles-semana-santa-pres>.

5 GENIZ, D. J. (2023), https://www.diariodesevilla.es/semana_santa/exposicion-Dani-Franca-cartelista-Semana-Santa-Sevilla-2023-video_0_1774623182.html.

6 MARTOS, J. M. (2023), <https://cadenaser.com/andalucia/2023/03/28/xix-exposicion-de-carteles-y-libros-de-semana-santa-de-marmolejo-radio-ubeda/>.

llevó a cabo *Todo por tu Amor 1923-2023*. En esta exposición, si bien se exhibían carteles, también había muestras de bordados, orfebrería, joyas y otros enseres⁷.

En 2024 contamos con *Carteles de las Fiestas Mayores en los fondos del MACP*, que se realizó en Sevilla en el pasado mes de marzo. En ella se ha expuesto una selección de los carteles anunciadores de las fiestas más importantes de la primavera. El comisario de dicha exposición fue Javier Hernández Lucas, director de Fiestas Mayores. Si bien se muestran carteles cofrades, no se centra en exclusiva en ellos. Aun así, hay que recalcar las palabras de Manuel Alés del Pueyo (encargado de inaugurar la exposición), pues alega que el objetivo del proyecto es el de hacer posible que se contemplen las obras del patrimonio sevillano que normalmente están ocultas al público general pero que no dejan de ser de todos los hispalenses. Del mismo modo, la intención de *Una rosa y un milagro* es exactamente la de mostrar la cartelería a la que normalmente no se puede acceder y que es patrimonio, primero de la cofradía y sus hermanos, pero también de la ciudad de Málaga y sus habitantes⁸.

En otros puntos de Andalucía y también en 2024 hay que destacar algunos eventos. En Córdoba, tuvo lugar una exposición que lleva por nombre *De Ritton a Cas. Ochenta años del cartel pictórico de la Semana Santa de Córdoba* y cuya comisaria fue la doctora en Historia del Arte Sarai Herrera. Con un recorrido cronológico se muestran los carteles cordobeses desde la realización del primero en 1944⁹. De nuevo, representación de la Semana Santa en general, no de una cofradía en particular. Mismo ejemplo lo tenemos en el Centro Cultural José Luis García Palacios, en Huelva, con obras que se remontan hasta 1949. Allí se ha expuesto el proyecto *La Semana Santa de Huelva a través de sus carteles*, cuyo comisario ha sido Iván Regueira¹⁰. También es el caso de Jerez de la Frontera con *Exposición de carteles oficiales de la Semana Santa de Jerez*, que reúne 32 obras centradas en la Semana Santa jerezana¹¹. Fuera de Andalucía podemos mencionar, en el mismo año, a Guadalajara y la exposición organizada por el Archivo Municipal de la ciudad, que recopila obras desde 1978 a 2024 en el Mercado de Abastos de la ciudad, exhibiendo un total de 47 carteles¹².

7 GUTIÉRREZ, J. M. (2024), <https://www.laopiniondemalaga.es/semana-santa/2024/01/30/salas-mingorance-ofrecen-exposicion-cofradia-97523539.html>.

8 La noticia completa en <https://www.sevilla.org/actualidad/noticias/2024/el-ayuntamiento-acoge-una-exposicion-antologica-de-carteles-de-la-semana-santa-y-fiestas-de-la-primavera>.

9 MELLADO, F. (2024), <https://www.diariocordoba.com/cofradias/2024/02/24/carteles-semana-santa-cordoba-98613254.html> y AGRUPACIÓN DE HERMANDADES Y COFRADÑIAS DE CÓRDOBA, <https://hermandadesdecorcordoba.es/exposicion-de-carteles>.

10 GRAO, E. L. (2024), https://www.cope.es/emisoras/andalucia/huelva-provincia/huelva/noticias/exposicion-semana-santa-huelva-traves-sus-carteles-abre-sus-puertas-20240220_3154484.

11 Puede consultar la noticia en el sitio web de Cofrademania en <https://cofrademanía.com/noticias/exposicion-de-carteles-de-semana-santa-en-hipercor-jerez>.

12 Puede leer el artículo completo de La Tribuna de Guadalajara en <https://www.latribunadeguadalajara.es/noticia/z8df6b05d-0253-e687-364044df6705d132/202403/medio-siglo-de-carteleria-de-semana-santa-en-una-exposicion>.

En definitiva, si bien Sevilla, como pasaba con la bibliografía académica, sí organiza con más frecuencia este tipo de exposiciones centradas en cartelería, en el resto de la geografía nacional no son tan abundantes, menos aún en Málaga. Sí es algo más frecuente –aunque no demasiado, nos atreveríamos a decir que es aún un terreno por explotar– el organizar una exposición que recoja la cartelería de una ciudad y su Semana Santa (lo cual es algo más general), pues no hemos localizado muchos ejemplos y varios de los encontrados se focalizan, especialmente, en el último año. Además, no parece haber antecedentes de exposiciones de cartelería de una cofradía en exclusiva, que cumpla rigurosamente con ambos elementos (que sea una exposición de cartelería exclusivamente y que estos carteles sean de una cofradía en particular, no de una ciudad en general), pero sí hay, cada vez más, exposiciones centradas en cartelería cofrade, lo que hace suponer que sí es un tema que puede interesar al público. Con esto solo queremos apoyar nuestra tesis de innovar en el campo de las exposiciones de cartelería cofrade y usar esta voluntad de innovación como argumento para justificar la propuesta de este proyecto.

VI. Análisis de público

Nos interesa indagar quién consume cultura y asiste a eventos culturales, quién acude a la Semana Santa y qué tipo de turismo hay en la ciudad, para conocer cuál es el potencial público real.

Centrándonos primero en analizar el perfil del turista que llega a Málaga (entendiendo la capital y la provincia), debemos prestar atención a los datos del Observatorio Turístico de Málaga-Costa del Sol, de 2023. Gracias a ellos podemos saber que el 43,5% de los turistas de Málaga fueron nacionales (procedentes principalmente de Andalucía, Madrid y Cataluña), seguidos de británicos (19,6%), franceses (6,3%) y luego, de manera menos significativa irlandeses, escandinavos, alemanes y holandeses. La media de edad de los turistas era de 44 años, siendo la franja de los 40-49 la más representada, seguida de 50-59 años. Un dato muy interesante que aparece en esta encuesta es que el 90% es usuario de redes sociales concretamente de Facebook, Instagram y Twitter –ahora conocido como X–, en ese orden. Dato de gran valor a la hora de diseñar las estrategias de difusión.

Más de dos de cada cinco turistas viajaban en pareja y más de una tercera parte en familia. Más de 7 de cada 10 pasaron de 4 a 8 días en el lugar, siendo la media 7,17 días. El 95% vino por ocio o vacaciones. Concretamente el 68,1% vino por “el sol y la playa”¹³ y el 40,2% por las actividades culturales, siendo este la segunda razón más frecuente. En cuanto a los factores decisorios para elegir Málaga y la Costa de Sol como destino vacacional se encuentra el clima,

¹³ Estos datos tan altos en esta categoría se deben a que se cuentan turistas de la provincia, con ciudades como Torremolinos, Marbella, Fuengirola o Nerja, probablemente en la capital sea menor.

seguido de las playas, la oferta turística y la relación calidad precio. Otro dato interesante que nos sirve para conocer el contexto de la oferta cultural de Málaga es el relativo a las actividades efectuadas por los turistas durante sus estancias. Así sabemos que las más realizadas fueron las relacionadas con el sol y la playa, seguidas de visitas a lugares históricos y a monumentos. Las actividades de turismo cultural (visitar museos, galerías y/o exposiciones) ocupan el quinto puesto¹⁴.

Una vez expuestos los datos de quiénes visitan Málaga, es necesario profundizar en el tipo de público que asiste a actividades culturales. Según la encuesta de hábitos y prácticas culturales del Ministerio de Cultura (2018-2019) el 46,7% de los encuestados había visitado un museo, exposición y/o galería en el último año. Si tomamos estos años como referentes y no la encuesta más reciente, correspondiente al 2021-2022, es porque en la segunda aún se aprecia el efecto del *Covid-19* en las actividades culturales, por lo que no refleja la realidad actual. Los números prepandemia son más verosímiles. Las mujeres visitaban ligeramente más estos espacios que los hombres, de igual manera que los jóvenes (de 15 a 19 años primero, luego de 20 a 24 y de 25 a 34 años) son los más asiduos. El nivel de estudios más representado es el universitario. De todos los que fueron a un museo, el 92,8% lo hizo por ocio y el 7,2% por motivos laborales o por estudios. El 51,7% de visitas coincidieron con fin de semana o festivo y el 48,3% en día laboral¹⁵.

Sí hay un apunte que resalta del estudio post *Covid-19*: entre los tres motivos más frecuentes de aquellos que no acudieron a un museo en el último año –dejando a un lado el *Covid-19* y sus efectos– se encuentra el no tener tiempo, no tener interés o poca oferta en la zona¹⁶.

Por último, hay que mencionar que en Málaga existe la iniciativa Cátedra de Estudios Cofrades, incentivada por la Fundación Lágrimas y Favores, que tiene como objetivo mostrar el impacto económico de la Semana Santa en la ciudad. Durante esta semana –con datos de 2023–, Málaga recibió un total de 2,1 millones de visitantes (siendo el 65,8% de ellos residentes y el 34,2% no residentes) y los desfiles procesionales 596.139 personas (54,1% residentes, 45,9% no residentes). Podemos, además, conocer el perfil sociodemográfico de ambos grupos y la valorización que estos le dan a dicha festividad. Por un lado, en cuanto a los residentes, sabemos que acuden más mujeres que hombres (54% vs. 46% del público) y que el 37,6% son menores de 25 años, siendo la edad media de los espectadores 33,7 años. El 60,4% acude acompañado de amigos y el 40,6% de familiares. Hasta el 73,8% ha acudido a más de 10 procesiones, el 78,2% acudió el

14 Véanse las páginas 102-124 de (2024), *Observatorio turístico 2023. Málaga Costa del Sol*, Diputación Provincial de Málaga, Málaga.

15 Consultar las páginas 5 y 6 de (2019), *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018-2019. Síntesis de resultados*, Ministerio de Cultura y Deporte, Madrid.

16 En este caso, página 7 de (2022), *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2021-2022. Síntesis de resultados*, Ministerio de Cultura y Deporte, Madrid.

Jueves Santo (siendo este el día con más espectadores de la semana). El 86,1% es solamente espectador y no forma parte de ninguna cofradía ni sale en procesión.

Por otro lado, el perfil sociodemográfico del no residente que acude a la Semana Santa en 2023 fue, de nuevo, mayoritariamente femenino (52,6% frente a 47,4%), también joven (el 37,6% tiene 25 o menos años y la edad media del asistente es de 38,5 años), y principalmente español, el 66,3%, frente a otras nacionalidades como la británica que representa el 13,3%. Interesa conocer que el 59,5% de los no residentes asistentes a la Semana Santa de 2023 se encontraban en la ciudad por vacaciones, ocio o tiempo libre y tan solo el 25,5% de los visitantes se desplazaron a Málaga para conocer la Semana Santa como motivo principal. Para el 41% era la primera vez en estas fiestas. El 73,8% asistieron o tenían intención de asistir a las procesiones del Jueves Santo. El 99,7% acude solo como espectador. El 86,2% de los no residentes que visitaron la ciudad en Semana Santa ocupó su tiempo en ver los desfiles procesionales. Calificaron las fiestas con un 8.1/10 y las asociaron con tradición (33,3%), religiosidad (32,5%) y pasión (30,3%)¹⁷.

De todos estos datos podemos sacar algunas conclusiones. En primer lugar, que entre los residentes, la juventud (20-30 años) es la más propensa a acudir a eventos culturales y/o cofrades. En segundo término, que la gran mayoría de gente que consume Semana Santa no es hermana de ninguna cofradía en concreto, una imparcialidad que puede suponer que no les importe de qué hermandad sean los carteles y simplemente acudan por ver una exposición original y diferente. En tercer lugar, en cuanto a los no residentes, si bien es verdad que el turismo de sol y playa sigue siendo el predilecto, el cultural se ha asentado en el segundo puesto, lo cual es un aspecto beneficioso. Además, hay que tener en cuenta que el mayor número de turistas que llega proviene de Andalucía –donde hay una gran pasión cofrade– o de otras partes de España. El turista extranjero puede acudir a la exposición buscando vivir las tradiciones malagueñas y el español puede asistir porque entiende mejor que ningún otro en qué consisten esas tradiciones e incluso las comparte. En definitiva, la Semana Santa interesa y mueve gente por lo que una exposición de ámbito cofrade puede ser bienvenida.

El público al que queremos dirigir la exposición es el joven –pues acuden más a las exposiciones y consumen más Semana Santa– y a los hermanos de la cofradía (pues serán los que más identificados se sientan con este proyecto y no debemos olvidar que la cartelería de Zamarrilla es un patrimonio que les pertenece a ellos también). Para el caso del público que menos asiste a exposiciones o consume Semana Santa nos gustaría desarrollar una serie de acciones de difusión y publicidad, que serán desarrolladas en el apartado pertinente.

¹⁷ Puede consultar el estudio completo en ALCÁZAR MARTÍNEZ, B. de, GONZÁLEZ ROBLES, E. M. *et alii* (2023), *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes de la Semana Santa de Málaga 2023*, Cátedra de Estudios Cofrades-Fundación Lágrimas y Favores-Universidad de Málaga, Málaga.

VII. Marco teórico

1. La Semana Santa malagueña y la Cofradía de Zamarrilla

La Semana Santa de Málaga capital se extiende desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección, aunque es singular por no contar con una Madrugá o un Sábado Santo. También, por portar sus imágenes en tronos, no en pasos –como ocurre en gran parte de Andalucía y en algunos puntos de la Axarquía–. Estos tronos son de dimensiones mucho mayores y permiten reunir a más personas como portadores. Unas 42 cofradías realizan su estación de penitencia por las calles de la ciudad, repartidas entre los mencionados días. Resulta difícil resumir en unas pocas líneas la importancia de estas fiestas en la ciudad, así como su esencia y aquello que la hace tan bonita y especial. Entre otros aspectos, podemos mencionar que la Semana Santa malagueña cuenta con un amplio patrimonio artístico, con imágenes tan populares y seguidas como la de Nuestro Padre Jesús Cautivo, que es la cuna del género musical de Cornetas y Tambores, con marchas dedicadas a las imágenes de la ciudad que se han exportado y popularizado ya en muchos rincones de Andalucía, que su patrimonio artesanal es obra de muchos de los mejores artistas de nuestra comunidad autónoma y que cuenta con numerosas leyendas populares muy conocidas y arraigadas entre los locales y extranjeros¹⁸.

Una de esas 42 cofradías es la Real y Excelentísima Hermandad de Nuestro Padre Jesús del Santo Suplicio, Santísimo Cristo de los Milagros y María Santísima de la Amargura Coronada. Popularmente conocida como “Zamarrilla”, se encuentra entre dos de los barrios tradicionales y con más fervor cofrade de la capital: La Trinidad y El Perchel. En la intersección de ambos se sitúa la ermita de Zamarrilla. Este templo, construido en el siglo XVIII en la calle Mármoles y al que la gente llama con cariño –como se mencionó en la introducción– “la catedral de Calle Mármoles”, alberga a sus titulares durante todo el año. A su lado, a escasos metros, se encuentra la imponente casa hermandad, destinada a funciones administrativas, en la que se guardan los enseres, los tronos y las túnicas y que es lugar de ensayo de la banda de la cofradía y donde se localiza el archivo.

En este punto es importante explicar el porqué de este curioso nombre, ya que el término “Zamarrilla” innegablemente llama la atención a quien lo escucha. Esta nomenclatura es debida a que el lugar en el que se encuentra la actual ermita era una zona despoblada en la que crecían las zamarrillas, unas flores silvestres conocidas científicamente como *Teucrium polium*. El lugar, por tanto, adquirió el nombre de la vegetación dominante¹⁹. A partir de 1640 se tiene la primera

18 Para más información consultar JIMÉNEZ GUERRERO, J. (2000), *Breve historia de la Semana Santa de Málaga*, Sarriá, Málaga.

19 GARRIDO JIMÉNEZ, M. (2017), 235-236.

referencia documental de la Cruz de Zamarrilla, hito en el camino de Antequera. Las flores habían dado nombre al lugar, que posteriormente serviría para nombrar la Cruz. Si bien no se sabe con exactitud cuándo fue levantada esta, los historiadores creen que debió ser en algún momento del siglo XVI o XVII, coincidiendo con la proliferación de humilladeros, capillas votivas y hornacinas que tuvo lugar desde la conquista cristiana²⁰.

Teniendo esta introducción en cuenta, pasemos a describir los orígenes de la hermandad. Esta es una tarea complicada debido a lagunas documentales, así como por diversos procesos de formaciones y refundaciones. Dada la escasa bibliografía con la que contamos, de aquí en adelante –a excepción de que se indique lo contrario por medio de una nota a pie de página– toda la información de este apartado se ha obtenido del libro del historiador José Jiménez Guerrero y del profesor de Historia del Arte Juan Antonio Sánchez López²¹.

Debemos situarnos en el siglo XVIII, concretamente en 1755, cuando tuvo lugar el conocido popularmente como “terremoto de Lisboa”. Tras este fenómeno, hubo en muchos puntos de la geografía andaluza, entre ellos en Málaga, una eclosión de devoción religiosa. Los habitantes de la ciudad buscaban amparo, consuelo y protección en la figura de la Cruz, muy extendida por toda Málaga, la cual era representada por medio de imágenes, pinturas, azulejos... Se organizaban bailes populares y cultos en su honor, como la fiesta de las Cruces de Mayo. Entre los malagueños comenzó a surgir una cierta rivalidad y competencia acerca de este elemento, lo que provocó, entre otras cosas, que se recaudasen fondos para edificar capillas entorno a las distintas cruces de la ciudad. El éxito que esto había tenido en el barrio de Capuchinos impulsó la institucionalización de la devoción que convergía en Zamarrilla, donde también se quería construir un templo.

En la erección de esa ermita primigenia destacó Antonio Barranquero, un marinero, que quería para el barrio de La Trinidad lo mismo que había sucedido en Capuchinos. Su esfuerzo se fue tornando en uno colectivo, lo que acabaría gestando un embrión corporativo entorno a Zamarrilla. Se eligieron mayordomos para que recogieran la limosna que debía financiar la empresa, se celebraron rifas y, tras muchos esfuerzos y algún revés, en 1757 se firmó la solicitud de construcción del edificio. La primera fase fue inaugurada a finales del año siguiente, lo que permitió que se abriera oficialmente al culto. Es entonces cuando Antonio Barranquero encargó al artista Lorenzo Marcelli la talla de un crucificado policromado. Tras ser discutida la advocación de dicha imagen, se decidieron por Santo Cristo de Zamarrilla²². Todo ello converge en la fundación, en

20 JIMÉNEZ GUERRERO, J., SÁNCHEZ LÓPEZ, J. A. (1994), 22.

21 *Ibidem*, 29-298.

22 Otro de los nombres barajados era el de “Cristo de los Caminos”, vinculando la imagen con la topografía circundante y buscando la protección de los transeúntes, pues recordemos que la Cruz de Zamarrilla se encontraba en el camino de Antequera.

1788, de la Hermandad “de Nuestro Padre Jesus Crucificado que se venera dicha efigie en su Capilla al final de la calle de los Mármoles y nombran de Samarrilla”.

En sus orígenes, la hermandad se constituyó como lo que se conoce como “cofradía de entierro”, pues había surgido para proveer asistencia funeraria a sus afiliados y contemplaba la inhumación como una obra de misericordia para ejercer la caridad cristiana. A partir de 1792 tiene lugar otro hito en la corporación: la aparición de la Congregación del Santo Rosario de Nuestra Señora de los Dolores, supeditada a la Hermandad de Zamarrilla. Uno de los mayordomos de la cofradía y un albacea fueron los impulsores de esta y los que pidieron que la Virgen que habían adquirido pudiese disponer de una capilla en la ermita para su culto. Ambas corporaciones pasarían a convivir en un mismo templo.

En el siglo XIX hubo tres salidas procesionales documentadas de la hermandad. La primera tuvo lugar en 1849 y fue protagonizada por la Virgen de los Dolores, que ya no era titular de la Congregación del Santo Rosario –pues esta había desaparecido–, sino que formaba parte de la Cofradía de Zamarrilla. Las otras dos salidas tuvieron lugar en 1851 y 1867. Este carácter tan intermitente denota que las procesiones tenían un papel secundario en la época y no eran indispensables. Además, no había un día fijo de salida y dependía de la ocasión. Por ejemplo, en 1851 se salió un Domingo de Ramos 13 de abril. Este año también coincide con el primer rastro escrito del hermanamiento entre Zamarrilla y la Real Orden de Caballería –el cual se ha mantenido hasta la actualidad–. Entre finales del XIX y principios del XX se va haciendo cada vez más patente la pérdida de devoción por el crucificado en detrimento de la imagen mariana, tendencia que ha llegado hasta nuestros días. Además, los templos perdieron su carácter funerario, hito importante en la evolución de la cofradía.

En el siglo pasado, más concretamente en 1921, se funda la Agrupación de Cofradías de la ciudad. Esta asociación tenía como fin agrupar a las distintas Cofradías de Pasión de Málaga, concretar las normas que estas debían seguir, así como los desfiles procesionales, regular las relaciones institucionales de las hermandades, etc. Zamarrilla fue una de las solicitantes de ingreso durante la década de los años 20. Además, en dichos años tiene lugar la refundación de la cofradía entorno a la dolorosa de la ermita. Por aquel entonces se hablaba de “fundación” para separarse de la antigua hermandad del Cristo de Zamarrilla, pues el crucificado ya no era el titular, ahora lo era la Virgen de los Dolores. La nueva corporación estaría impulsada por un grupo de comerciantes malagueños amparados por los marqueses de Larios. La institución de la Hermandad de Nuestra Señora de los Dolores tiene lugar el 1 de mayo de 1921 y el objetivo planteado era el de llevar a cabo un desfile procesional –obedeciendo a la filosofía cofrade imperante en aquel momento y que tanto había cambiado desde el siglo anterior–. El ingreso en la Agrupación de Cofradías tuvo lugar el 16 de marzo de 1922. Entre ese acontecimiento y la inminente Semana Santa tuvo lugar el

cambio de advocación de la dolorosa, pasando a denominarse María Santísima de la Amargura – como se la conoce hoy en día–. El motivo fue el intento de diferenciarse de otras cofradías con titulares con la misma advocación de Dolores. La primera vez que la Amargura como tal salió en procesión fue el Jueves Santo 13 de abril de 1922.

Cuatro años después se incorporó un nuevo paso procesional: el misterio de Jesús del Santo Suplicio. Este representaba a Cristo en el momento en el que es despojado de sus vestiduras. El grupo estaba conformado por el titular cristífero, dos sayones y un soldado romano. Antonio Castillo Lastrucci fue el autor tanto de las imágenes como del trono en el que procesionaron. El cambio de predilección por otra advocación llama la atención. Esto bien puede ser porque la cofradía, al intentar formarse *ex novo*, quisiera un tema evangélico diferente al crucificado anterior o porque querían optar por algo que causase más expectación en una procesión (un misterio llamaría más la atención que un crucificado y, además, no hay muchos en la ciudad de Málaga). También se debe mencionar que se desconoce si el primitivo Cristo de Zamarrilla seguía en la ermita, si tenía la calidad artística suficiente para procesionar, si se había vendido o donado...

En 1929 el Gobierno Civil instauró una serie de instrucciones para el cumplimiento de los horarios. Al tener que fijarse unos horarios y unos puntos de paso, la Junta de Gobierno de la cofradía se tuvo que decantar por un recorrido que, o bien pasase por El Perchel o bien por La Trinidad. Es debido a esto que la cofradía se decidió por el segundo barrio, por el posible deseo de ser reconocidos a nivel popular como trinitarios. En esta decisión quizás también jugó un papel clave que El Perchel fuese ya la sede de algunas cofradías de gran devoción e importancia en la ciudad. A ello se suma el relevante hecho que sucedió en 1930. Gracias a que la condesa de Berlanga de Duero era hermana de la cofradía, consiguió que el rey Alfonso XIII otorgase el título de Real a la corporación, pasando de Hermandad a Real Cofradía.

Lamentablemente, al año siguiente, el 11 y 12 de mayo de 1931, tuvo lugar una quema de imágenes e iglesias en la capital malacitana. En el caso particular de Zamarrilla, la ermita fue asaltada e incendiada. El Santo Suplicio y la dolorosa se perdieron, aunque no queda claro qué destino corrió realmente la Virgen. El patrimonio de la hermandad desapareció casi al completo y la ermita sufrió grandes daños.

Tras estos sucesos tuvo que reorganizarse una nueva corporación que, al solicitar su (re)ingreso en la Agrupación de Cofradías, pidió que se le identificase como continuadores de la del Santo Suplicio. En estos momentos, será Trinidad Egea Molina –como Hermano Mayor– el encargado de impulsar el resurgir de Zamarrilla. Primero, se adquirió una dolorosa a un particular, conocida hasta el momento como María Santísima del Amparo, por 2000 pesetas, cuya advocación cambiaría a Amargura. Después, buscaron una sede donde quedarse hasta que pudiesen volver a la ermita, siendo la iglesia del Sagrado Corazón la elegida. Zamarrilla participó, además, por medio de

una mujer (lo cual no era frecuente) en la recogida de firmas para solicitar al presidente de la Agrupación que hiciese las gestiones propias para conseguir que las cofradías pudiesen volver a procesionar. Ella era Ángeles Rubio Argüelles y Alessandri, la mencionada condesa de Berlanga de Duero. Esto se logró en abril de 1935, con el consiguiente refuerzo en seguridad y fuerzas del orden que ello requería. Con los convulsos cambios del siguiente año, el patrimonio de muchas hermandades volvió a perderse y los desfiles a suspenderse momentáneamente.

En 1938, un grupo de hermanos de Zamarrilla quisieron formar una nueva cofradía diferente a aquella de la que ya formaban parte. Reunidos acordaron no solo esto, sino encargar un crucificado –en lugar de un despojado, decisión quizás motivada por el deseo de ser vista como una hermandad de nuevo cuño– a Francisco Palma García. Trinidad Egea Molina, ante esta situación, en función de Hermano Mayor de Zamarrilla, decidió disolver la cofradía fundada en 1921, pero acogió con entusiasmo el nuevo proyecto de corporación. Una de las primeras medidas adoptadas fue la de trasladar a la Amargura desde donde había estado escondida durante la Guerra Civil (en casa de un particular desde 1936) a San Felipe Neri, iglesia en el barrio homónimo. Paralelamente, el encargo del Cristo, cuya advocación escogida fue la de Milagros, sufrió un revés dada la muerte del imaginero. Su hijo, Palma Burgos, sería el encargado de tomar el testigo de tan gran empresa, pues cabe mencionar que era su primera talla.

La primera salida procesional de la nueva Hermandad del Santísimo Cristo de los Milagros y María Santísima de la Amargura tuvo lugar en abril de 1939. En esta época y en línea con las vicisitudes del momento, la cofradía empezará una importante labor social, prestando asistencia médico-sanitaria a enfermos pobres, así como encargándose del reparto de donativos. Esta iniciativa fue muy bien acogida en la Málaga de los años 40 y 50 e hizo que algunas otras cofradías siguieran el ejemplo de Zamarrilla. El 22 de marzo de 1945, la Amargura y el Cristo de los Milagros volvieron a la ermita, cuya construcción no se había concluido del todo.

En los 60, llegó al puesto de Hermano Mayor Federico del Alcázar. Uno de los objetivos bajo su mandato fue conseguir del obispado el título de “Muy Ilustre”. Otro fue el de crear una escuela hogar llamada Santísimo Cristo de los Milagros, que se transformaría en escuela parroquial bajo el nombre de Colegio de la Parroquia de la Amargura. Conforme pasaron los años, aumentar el ajuar y los enseres fue prioritario para Federico del Alcázar. Su buena gestión duraría hasta 1980, momento en el que Carlos F. Rueda toma su testigo.

Si hay un proyecto que destaque en estos momentos es el encargo a Palma Burgos de otra imagen cristífera, que supondría un tercer titular para la cofradía, junto al Cristo de los Milagros y la Virgen de la Amargura: la talla del Santo Suplicio. De esta manera, se rescataba la antigua denominación del titular previo al Cristo de los Milagros, perdido en la quema de 1931. La obra fue entregada a la cofradía en 1985. Esto implica que la hermandad posee la primera y última obra de

tan insigne imaginero. Otro de los eventos más importantes acontecidos fue la adquisición de dos solares colindantes a la ermita. Los hermanos ayudaron en gran medida aportando fondos para la construcción de la casa hermandad, aunque el proyecto no fue concluido por la dimisión de la Junta de Gobierno en 1992. Un año después tomaba posesión del relevo Hilario Caro Díaz²³. En los años finales del siglo XX hubo dos acontecimientos dignos a destacar. Por un lado, la casa hermandad vio su primera piedra colocada en 1994, concluyéndose las obras finalmente en 1996. Por otro, en 1998 se formaría la Banda de Música de Zamarrilla, engrosando así enormemente el patrimonio material, inmaterial y humano de la cofradía.

Con la entrada del nuevo siglo solo nos queda mencionar uno de los acontecimientos de más relevancia quizás desde la fundación de la hermandad: la coronación canónica de la Virgen de la Amargura el 25 de octubre de 2003. Cumpliendo con los criterios establecidos para que una imagen pudiera ser coronada canónicamente, el decreto relativo a este acontecimiento fue dictado por el obispo Antonio Dorado Soto. Para el acontecimiento, el Ayuntamiento acordó entregar la medalla de la ciudad a la Amargura (decisión tomada por unanimidad el 26 de septiembre). La Agrupación de Cofradías –a 2 de octubre– hizo lo propio con la medalla de oro de la Agrupación. Con motivo de este acto, se adquirieron o recibieron en donación distintas piezas. El acto tuvo lugar en la catedral de Málaga. A las 13:01 horas, en medio de una misa pontifical, la Virgen fue coronada, pasando a denominarse María Santísima de la Amargura Coronada²⁴.

Junto a esta historia, hay un aspecto de gran relevancia, totalmente definitorio de la hermandad que aún no se ha mencionado y que es trascendental: la leyenda que se esconde detrás de la Cofradía de Zamarrilla, pues ha influido en la devoción de la que goza, la cultura popular, la estética y su iconografía. Zamarrilla no sería Zamarrilla sin su leyenda. Se dice que existía en Málaga un bandolero –que ha sido llamado con muchos nombres, pero cuya versión más aceptada es Cristóbal Ruiz Bermúdez²⁵– allá por el reinado de Fernando VII (si bien la leyenda surge en algún momento a finales de la década de los 20 y no hay rastros escritos de esta hasta la posguerra), perseguido por la justicia que, sin saber qué poder hacer ya para escapar, llegó hasta la que conocemos como ermita de Zamarrilla y entró. Allí vio a la Virgen de la Amargura y decidió esconderse bajo su manto. Cuando sus perseguidores entraron y revisaron el lugar no lo hallaron y se marcharon. El bandolero salió de su escondite y –en un gesto de enorme gratitud– cogió una rosa blanca, su puñal, y prendió la flor en el pecho de la dolorosa. Al instante, esta se tornó roja como la sangre. El bandolero, muy sorprendido y conmovido ante los milagros que acababa de presenciar, decidió dejar su vida atrás e internar en un convento. Cada año, en la fecha que había sucedido todo,

23 JIMÉNEZ GUERRERO, J., SÁNCHEZ LÓPEZ, J. A. (1994), 33-298.

24 Véase Boletín de coronación.

25 Aunque en otras versiones se le conoce como Antonio Zamarrilla o Juan Zamarrilla.

él volvía a la ermita y llevaba una rosa roja a la Amargura. Un año, cuando cumplía con su tradicional entrega, unos bandoleros le asaltaron y lo mataron. Antes de morir, la rosa roja que llevaba consigo se tornó blanca, como la original, símbolo de la expiación de la culpa y los pecados del protagonista antes de perecer. Este relato ha quedado generación tras generación en la mente de los malagueños, pasando a formar parte de su cultura popular e imponiéndose como la leyenda religiosa y cofrade más conocida de toda la capital. Ha sido mencionada en discursos, poemas y romances, como el de Marifé de Triana:

Era Zamarrilla un bandolero,
 al que la justicia perseguía.
 Málaga era el puerto mariner,
 donde a por cariño iba y venía.
 Dicen que una noche a su bravura,
 le pusieron cerco en el Perchel
 y fue su amparo y cuartel
 el manto de la Amargura.
 Y cuenta la historia
 que una rosa blanca cambió de color
 poniéndose roja
 y que Zamarrilla llorando cantó
 ¡Amargura, ay madre hermosa!
 ¡La del color bronceado!
 Deja que ponga esta rosa
 junto al puñal que han clavado.
 Tu amargura dolorosa.

Viendo aquel milagro de la rosa
 que se le volvió como la grana,
 frente a la morena dolorosa
 floreció un clavel de fe cristiana.
 Cuentan que sintió el remordimiento
 y por conseguir la salvación
 pidió a los cielos perdón
 en los claustros de un convento.
 Historia o romance
 pero en los altares la rosa quedó.
 Milagro triunfante
 de la dolorosa que luce una flor.
 ¡Amargura, ay madre hermosa!
 ¡La del color bronceado!
 Deja que ponga esta rosa
 junto al puñal que han clavado.
 Tu amargura dolorosa.

En 1966, se ofreció a la cofradía la posibilidad de grabar una película cuya trama giraría precisamente entorno a esta historia. Finalmente, este proyecto no llegó a buen puerto²⁶. Desde que surge esta leyenda popular²⁷, la rosa y la Virgen de la Amargura están tan estrechamente relacionadas que se han convertido en sinónimos. La Virgen porta cada Jueves Santo una rosa roja en el pecho, prendida con un puñal, la rosa y el puñal aparecen bordados en las túnicas de los nazarenos, se conoce a la Virgen como la Rosa del Jueves Santo...

Por último, pasemos a describir iconográficamente a los tres titulares que conforman actualmente la Cofradía de Zamarrilla. Por un lado, el Santísimo Cristo de los Milagros (imagen 5).

26 JIMÉNEZ GUERRERO, J., SÁNCHEZ LÓPEZ, J. A. (1994), 238.

27 Algunos atribuyen la difusión de este relato a la condesa de Berlanga de Duero, quien tuviera un papel muy activo en la cofradía, una mujer culta que escribió ensayos y novelas y fue la camarera de la Virgen a partir de 1928, por lo que pudo ser obra suya prender por primera vez la rosa en el pecho de la Amargura.

Primera obra, como hemos comentado, de Palma Burgos, representa a Jesús muerto en la cruz. Fue realizado en madera policromada a tamaño natural, midiendo 1,80 metros. Presenta la cabeza hacia abajo, parpados y nariz abultados, cejas arqueadas, una mínima laxitud en su morfología, sus extremidades se encuentran alineadas de manera tirante y acusada con los travesaños de la cruz, las palmas de las manos plenamente extendidas, es de complexión atlética, pecho abultado, su postura interpreta de manera particular el recurso praxiteliano y tiene las piernas ligeramente flexionadas. Guarda algunas similitudes con el desaparecido Cristo de la Buena Muerte y Ánimas del insigne Pedro de Mena, especialmente en la zona de la cintura, el paño de pureza y los pies²⁸.

Por otro lado, María Santísima de la Amargura (imagen 6) presenta las facciones de una mujer joven, con mirada al cielo y manos implorantes, nariz afilada, mejillas torneadas, cabellos con mechones mojados, fruncidos de cejas y boca muy pequeña²⁹. La autoría de la Virgen, así como su fecha de realización han sido ampliamente debatidas. Por un lado, en cuanto a su autor, se han barajado posibilidades como Fernando Ortiz o Alonso Cano y, por otro lado, se duda de si fue hecha en el siglo XVII (como afirmaba su vendedor), XVIII o XIX. En la actualidad, la versión más aceptada por los expertos es que fue realizada en el siglo XIX por Antonio Gutiérrez de León y Martínez, ya que guarda similitud con su obra. Fue restaurada en 1964 y 1985 por Palma Burgos. Desde un primer momento procesionó con la rosa en su pecho³⁰.

Por último, algo que distingue a esta cofradía del resto de las de Málaga es que cuenta con un tercer titular: el Santo Suplicio (imagen 7). El Santo Suplicio es una talla en madera policromada que mide 1,78 m (sin peana), presenta la cabeza alta y mirada altiva, el rostro enmarcado por cabellos ondulados, labios entreabiertos, ojos cansados, torso y brazos amplios, pero sin la musculatura muy marcada y un largo paño de pureza que llega hasta sus pies en la parte de atrás (diseñado así para que la imagen fuera vestida con túnicas de tela natural)³¹. El Santo Suplicio actualmente no procesiona el Jueves Santo como lo hacen los otros dos titulares de la hermandad, sino que lleva a cabo un vía crucis por las calles de La Trinidad durante el periodo de Cuaresma.

28 JIMÉNEZ GUERRERO, J. (2014), 46-78.

29 Se puede consultar la descripción en <https://www.zamarrilla.es/>.

30 JIMÉNEZ GUERRERO, J. (2003), 72-104.

31 JIMÉNEZ GUERRERO, J., SÁNCHEZ LÓPEZ, J. A. (1994), 357-363.



Imagen 5. Cristo de los Milagros. Juande Zamudio. Obtenida de X.



Imagen 6. Virgen de la Amargura Coronada. Nico Canela. Obtenida de X.



Imagen 7. Santo Suplicio. Jennifer Mateo. Obtenida de X.

2. Los carteles: evolución y aparición del cartel cofrade en Málaga

El cartel es, en esencia, un medio de comunicación que tiene por protagonista una imagen. En la sociedad de consumo, es una pieza clave para movilizar al usuario y motivarle a sentirse atraído por lo que está representado en ellos. Se busca que los carteles sean eficaces y lleguen al mayor número de público posible, lo que implica que su autor utilice formas simples y fácilmente comprensibles, con colores vivos y vistosos que capten la atención y que sean útiles para imponer el mensaje deseado. Los carteles publicitarios, tal y como los conocemos, constan de dos elementos: un estímulo fuerte (imagen) y uno débil (el texto publicitario)³². El origen de los carteles artísticos se remonta a 1866. Debemos mencionar, de las primeras etapas de esta cartelería, a Jules Chéret, Henri Toulouse Lautrec y Théophile Alexandre Steinlen, por su aporte a dicho arte y su labor en el asentamiento de las características del cartel³³.

Un aspecto importante en la producción de carteles es la relación de estos con la sociedad. El autor de un cartel debe tener en cuenta al público a la hora de concebir su obra, siguiendo para ello un idioma comprensible: el arte popular y la cultura de masas (propaganda comercial o política preconcebida para que no ofenda al público). En otras palabras, el cartel debe hablar la misma lengua que sus consumidores. Además, el arte popular siempre se concibe en términos realistas. Los

32 CLAVIJO GARCÍA, A., RAMÍREZ DOMINGUEZ, J. A. (1981), 89-90.

33 Sobre el origen y la evolución del cartel histórico consultar BARNICOAT, J. (1973), *Los carteles: su historia y su lenguaje*, Gustavo Gili, Barcelona.

diseños objetivos y directos son atractivos para la gran mayoría. Estos elementos son constantes en el diseño de carteles³⁴.

En España, el cartel artístico aparece a finales del siglo XIX, dada la cercanía a Francia (los artistas españoles iban al país vecino para aprender). No obstante, si hubo un tipo de cartel que tuvo una enorme importancia en este país, estos fueron los turísticos o de viajes. En España eran, junto a la prensa, medios clave para difundir los nuevos hábitos y costumbres de las clases altas. Además, ayudó a extender los estereotipos visualmente, si bien los artistas intentaban con sus obras mostrar una nación acorde a los cánones occidentales. Algunos de los primeros se los debemos a Sindicatos de Iniciativa Turística. Muchas veces, las propias compañías de transportes se encargaban de contratar artistas para promocionarse siguiendo los estilos artísticos del momento. Ejemplo de esto es la compañía “Caminos de hierro” o la Compañía Española de Turismo (CET) creada en 1926. En años posteriores, la labor de la promoción turística recaerá en manos del Patronato Nacional de Turismo (PNT). Bajo su dirección, los carteles vivieron una edad de oro, dado el interés y esmero depositados en su realización³⁵.

Otra tipología de cartel que tuvo gran relevancia en nuestro país fue el cartel de cine. Remontándonos a principios del siglo pasado, estos no se diferenciaban en mucho de aquellos que anunciaban cualquier otro tipo de espectáculo. Además, eran escasos y tenían poca difusión –debido a los pocos recursos económicos de la incipiente industria cinematográfica–. Se aprecia una mejoría a partir de 1910, cuando se empiezan a ver carteles de cine totalmente desligados de los de otros espectáculos y en los que la figura humana empieza a cobrar protagonismo. Predominan en ese momento los planos del conjunto de los personajes en medio de una escena de la película.

A partir de los años 20, coincidiendo con aspectos como el apoyo de productoras nacionales al cine local, las imágenes se vuelven más coloristas y aparecen escenas costumbristas, así como personajes extraídos de alguna secuencia. Cabe destacar que los carteles españoles de esta década se centran casi en exclusiva en películas nacionales, pero no se alejan demasiado de la influencia de los carteles de Hollywood. A finales de la década se comienzan a instalar en España productoras extranjeras, especialmente norteamericanas. Con su llegada se asienta el *star-system*, un diseño de cartel que tiene como imagen central a la estrella de Hollywood y se basa en el culto a la imagen de esta. Este hecho marca el fin de la edad dorada del cartel cinematográfico y de la libertad creativa de los cartelistas, que habían seguido hasta el momento sus propias técnicas y criterios compositivos. La industria nacional pasa a producir carteles basados en el *star-system*³⁶.

34 BARNICOAT, J. (1973), 6-202. La cita se encuentra específicamente en la página 202.

35 HERRERO RIQUELME, R. (2012), 175-190.

36 MORALES CARRIÓN, M. T. (2015), 118-129.

Los años 30 coinciden con la aparición del cine sonoro, hito que supuso una tremenda campaña propagandística para vender el producto cinematográfico a escala mundial y conseguir la primacía en los diferentes países por parte de las grandes promotoras. En España, a pesar de la censura debido a los acontecimientos políticos de aquellos años, se crearon estudios de diseño y se utilizó el *star-system*, aunque algunos artistas continuaron con los recursos ideográficos y compositivos anteriores a que este sistema se expandiese. Este sistema tendrá una gran importancia durante la década y no será hasta los 40 cuando empiece el proceso de paso de este a la nueva figuración realista. También destaca la creciente importancia del retrato infantil en estos carteles. En los años 50, se promocionan muchas películas extranjeras y el retrato en estos momentos sigue siendo el máximo recurso publicitario³⁷.

Si hablamos del cartel cofrade en España, debemos mencionar dos focos principales: Castilla y León y Andalucía. En León podemos rastrear las primeras manifestaciones en la segunda década del siglo XIX, invitando a la población a acudir a la procesión del Santo Entierro o en 1928 con sus revistas y programas de mano, obra de S. Egüiarays. Se aprecia que sus carteles son de un estilo más sobrio y conciso, adecuando el lenguaje de estos a su imaginería. En la actualidad, los carteles leoneses se eligen por concurso. En Zamora, gracias a la Junta Pro Semana Santa, una de las pioneras en nuestro país, podemos rastrear los orígenes de la cartelería cofrade a finales del XIX, aunque no sería hasta inicios del pasado siglo cuando podamos hablar de carteles propiamente dichos, cuando la Junta de Iniciativa organiza el primer concurso nacional. La convocatoria de 1927 tuvo como resultado una exposición en el Museo Provincial de Bellas Artes. En esta ciudad, los carteles fotográficos (rápidamente adoptados en Castilla y León) empiezan a producirse a partir de 1945, predominando hasta nuestros días –a pesar de no abandonarse el estilo pictórico–. Se intenta potenciar a través de la cartelería el valor histórico de la celebración de las fiestas y el artístico de las imágenes. En la provincia de Valladolid los carteles surgen, como ocurre con el caso malagueño, en el pasado siglo. Una vez la ciudad recuperó las imágenes y pasos en 1924, la Asociación de Fomento del Turismo comienza la actividad de propaganda. El primer cartel vallisoletano data del 1925. Algo que destacar de los carteles castellanos es su afán literario más que publicitario, en referencia a los textos que aparecen en ellos, con toda una retórica valedora de su patrimonio.

Por mencionar algunas peculiaridades de la cartelería andaluza, en Almería –desde hace 26 años– el cartel es una fotografía y es elegida por concurso, siempre con las mismas bases. En Cádiz se les conoce como voceros. En la actualidad, se eligen por decisión de la Junta Permanente del Consejo de Hermandades y Cofradías. Los candidatos deben de presentarse en noviembre. Suelen presentar tópicos iconográficos como la catedral y la figura del nazareno. En Córdoba, la tradición

37 MORALES CARRIÓN, M. T. (2016), 87-120.

cartelera es fuerte, dado que Julio Romero de Torres había asentado las bases del cartel modernista. Los carteles cofrades comienzan a producirse en 1944. Estos están influenciados por el cartel moderno, pero sin perder ciertos rasgos clasicistas y propios de su folclore. Su cartelista más importante fue Ricardo Anaya Gómez, premiado hasta en diecinueve ocasiones en los concursos de carteles. En Granada, comienzan en 1931. Es curioso que su cartelería no cuente con una buena bibliografía que la estudie, teniendo en cuenta la importancia de la ciudad nazarí en el ámbito cofrade andaluz, de la famosa escuela granadina de imaginiería y de ser la cuna de Alonso Cano y Pedro de Mena. Sus carteles tienen un carácter local y se apoyan en sus hitos monumentales (Alhambra, Sacromonte, catedral...). No destacan por ser especialmente literarios o creativos desde el punto de vista gráfico, dotando de protagonismo casi exclusivo a las imágenes y los pasos. No hay tampoco apenas bibliografía sobre la cartelería en Huelva, pero sí podemos afirmar que está muy influenciada por la sevillana, dada su cercanía y sus gustos similares. En Jaén surgen en 1950 y también muestran cierta influencia de la capital de la comunidad. Debemos mencionar a Pablo Martín del Castillo, su cartelista más ilustre. Por último, la Semana Santa hispalense es, probablemente la más conocida de todas. El estudio de esta y de los aspectos relacionados con ella es el más abundante, por lo que no debe extrañarnos que ocurra lo mismo con su cartelería. Debemos situarnos en 1890 para ver por primera vez un cartel protagonizado por un Cristo. Es importante mencionar que los carteles más antiguos correspondían a los de las fiestas de primavera. Los de Semana Santa no se desligan de los de Feria hasta 1940 y no es hasta 1980 cuando el Consejo de Hermandades de la ciudad empieza a publicarlos por sí mismo.

Si bien también hemos recopilado datos de estos carteles en la zona del Levante, no es fácil acceder a una bibliografía fiable y adecuada para ello. Destaca en Valencia, a pesar de sus Fallas, la Semana Santa “Marinera”, de largo recorrido histórico. Desde el 2001 se hacen en la ciudad concursos para elegir sus carteles, los cuales siguen manteniendo una estética iconográfica tradicional. En Murcia y Cartagena, ciudades con un mayor peso en la esfera cofrade nacional, destacan sus carteles fotográficos, especialmente de la primera, siendo estos de gran calidad y con un estilo más moderno al acostumbrado en Andalucía.

En general, la mayoría de las ciudades fuera de estos puntos no llevan a cabo una labor notable de estudio, catalogación y difusión de su cartelería, lo que dificulta enormemente acceder a información fiable y contrastada para poder estudiarla³⁸.

Centrándonos, por último, en el cartel cofrade malagueño, nos gustaría remarcar las palabras de Torres Aguilar: “el cartel se ha consolidado como un producto artístico y un fenómeno adscrito a la dinámica más social y pública de la Semana Santa. [...] el cartel, pese a lo eventual y efímero de

38 TORRES AGUILAR, F. (2008), 55-89.

su función, forma parte activa y progresivamente del patrimonio de las Cofradías y Hermandades”³⁹. En Málaga, tras más de un siglo, el cartel cofrade, realizado casi ininterrumpidamente, forma parte de los muchos eventos que marcan el calendario de los cofrades de la ciudad. Debemos situarnos en 1921 para remontarnos a sus orígenes. Como hemos dicho, en ese año se forma la Agrupación de Cofradías de Málaga y es cuando comienza su actividad propagandística para atraer a la mayor cantidad de visitantes posibles. Los carteles fueron el mecanismo más efectivo, repartiéndose a nivel nacional e internacional. El primer cartel oficial de la Semana Santa de Málaga fue realizado por el artista José Ponce Fuente. Este también sirvió para el año siguiente, cambiando únicamente la paleta de colores y parte del texto. En 1923 se organiza un concurso gratuito con pintores locales para escoger entre las opciones el cartel de la Semana Santa. De nuevo, en 1924, se repetirá el cartel del año anterior. Es a partir de 1925 cuando se retoma la idea de concurso, pero organizado de manera que pasarán a ser concursos oficiales, en los que los artistas –tanto malagueños como de fuera de la provincia– enviaban bocetos entre los que un jurado determinaba cuál sería la obra elegida ese año para hacer de cartel oficial. Esta primera edición del concurso se mantendrá de 1925 a 1928 y gozó de cierto prestigio en España (ya que el concurso era a nivel nacional). Entre el jurado se encontraba –a modo de anécdota– el ilustre pintor valenciano Enrique Simonet.

Un segundo ciclo de concursos se llevó a cabo entre los años 1929 y 1935, a excepción de los años 1932, 1933 y 1934. En sus bases se hacía un llamamiento a los “artistas españoles”. El premio por aquel entonces era de 1.500 pesetas. En 1935 se opta por el cartel que había obtenido el tercer puesto en 1928. Entre 1936 y 1940 observamos una etapa –motivada por los acontecimientos históricos– en la que se elegirá entre las opciones que habían sido enviadas en años anteriores. Además, ni siquiera hubo desfiles procesionales hasta 1939. No era una etapa que acompañase mucho al sentir cofrade, sus celebraciones ni sus manifestaciones artísticas y de propaganda. Entre 1941 y 1943 sí tiene lugar una tercera edición del concurso oficial, con gran acogida en la prensa del momento.

Un hecho notable tiene lugar entre 1944 y 1946, pues la elección de carteles se hará por encargo a particulares (como se lleva a cabo en la actualidad). A partir de aquí se entra en una etapa de variaciones, en la que el método para escoger el cartel de cada año será diferente. En 1952 y 1953 se decantarán por la fotografía para que ilustre los carteles de ese año. Cabe mencionar un detalle importante del cartel del año 1952: una de las fotografías que aparecen en este correspondía al trono de la Virgen de la Amargura (Zamarrilla), lo que demuestra que los titulares de la cofradía también forman parte de los carteles de la Semana Santa malagueña. En el cartel elegido para 1956

39 MORALES CARRIÓN, M. T. (2016), 211.

(de nuevo pintado, no compuesto por fotografías) se volverá a hacer una referencia a nuestra hermandad.

Entre 1954 y 1959 tienen lugar el quinto y sexto de los concursos oficiales y, a partir de entonces, se empieza a sufrir un retroceso, entrando el cartel en gran decadencia y surgiendo un sentimiento de nostalgia por los carteles más antiguos, usándose en 1960 uno de 1948 y en 1962 uno de 1931. Entre 1963 y 1966 la fotografía vuelve a reaparecer en los carteles, pero esta vez centrándose en una única cofradía, no como aquellos montajes fotográficos que se dieron en la década de los 50. De 1967 a 1974 se retorna al encargo de bocetos a artistas entre los que elegir, con concursos a puerta cerrada (es de mención el incremento del premio de dichos concursos, pasando de 1.500 pesetas a 30.000 en 1972). Entre 1976 y 1981 apreciamos un gran predominio de la fotografía en los carteles, ya a color⁴⁰. Al año siguiente se hace un retorno a la obra pictórica y en 1983 a los concursos oficiales, que estarían muy apoyados por los medios de comunicación del momento. A pesar de ello, durante la década se irán intercalando carteles pictóricos con fotográficos, años en los que se organizarán los tradicionales concursos con años en los que no.

Los noventa se presentan llenos de cambios. El primero, encomendar directamente la obra a un artista en particular, sin concursos ni múltiples opciones. El segundo, se encargará un lienzo, no un cartel como tal. Además, en la malagueña revista de *La Saeta*, se dedicaría durante años una sección a la crítica artística del cartel anual, contando para dicho ejercicio con profesores de Historia del Arte de la Universidad de Málaga. El cartel no deja de ser una pieza para hacer que la sociedad malagueña forme parte de sus tradiciones de forma cotidiana, que esté expectante de estas, vinculando diversos ámbitos de la ciudad, actuando como método de cohesión. Cabe mencionar que, durante esta década, dos de los grandes pintores malacitanos participarán como los encargados de realizar el cartel de Semana Santa: Revello de Toro (1994) y Pablo Picasso (1998). Será en esta década cuando, por una parte, Eugenio Chicano, un reconocido pintor de la ciudad, muy cotizado en lo referente a cartelería cofrade, regalará un cuadro a la Cofradía de Zamarrilla en el que se representa a la Amargura. Este cuadro será tomado en 2020 como cartel anunciador de la salida procesional. Por otra, la elección del Cristo de los Milagros de Zamarrilla para ser la imagen protagonista del cartel de 1995, obra de José Robles Muñoz, titulado *Milagros*. Por último, en el cartel de 1997, junto a la imagen de Jesús, aparece un equipo completo de nazareno de Zamarrilla (túnica, cingulo, capirote y enser).

Con la entrada del nuevo milenio, los encargos se fueron depositando en artistas locales y algunos nuevos talentos también de la ciudad. Los carteles pictóricos vuelven a recuperar cierta de la importancia del pasado, en parte porque era una manera de que los artistas escogidos demostrasen

40 CLAVIJO GARCÍA, A., RAMÍREZ DOMINGUEZ, J. A. (1981), 91-133.

su maestría. También, es en esta década cuando la prensa comienza a imitar de cierta manera el rol de las revistas divulgativas de arte y dedica espacios al análisis de la obra anual, interpretaciones de la iconografía, del color... Se lleva a cabo esta tarea de manera que sea accesible y comprensible por los lectores, en su gran mayoría sin conocimientos artísticos previos, democratizando el arte⁴¹. Con la introducción de Internet y las nuevas tecnologías, esto mismo se potencia mucho más, pues los carteles se digitalizan, se comparten por redes sociales, se archivan en las galerías de las páginas web de cada cofradía, etc.

3. El cartel cofrade de la Cofradía de Zamarrilla

Si bien la Agrupación de Cofradías llevaba ya casi ocho décadas editando carteles, no era tan común que las cofradías sacasen los suyos propios. Zamarrilla comienza a hacerlo en 1999. Esto supone que, hasta la fecha (2024), se han editado un total de 26 carteles (siempre refiriéndonos a los carteles que anuncian la salida procesional de Zamarrilla del Jueves Santo).

Primero, nos gustaría hacer una serie de apuntes sobre los distintos autores de dichos carteles. De 26 obras, la mayoría de estos no se repiten, por lo que contamos con un total de 22 diferentes⁴². Algunos de ellos, amateurs, pero otros de larga trayectoria en la pintura. Nos gustaría mencionar el compromiso de la hermandad con el arte local, apostando en prácticamente todas las ocasiones por artistas nacidos o que residen en nuestra provincia. Pasemos a mencionar la biografía de algunos de los pintores de más relevancia que han colaborado con la hermandad.

José Palma Santander, más conocido como Pepe Palma, nació en Málaga en el año 1945. Su formación como pintor se desarrolló haciendo vallas publicitarias y carteles de cine. También trabajó como diseñador gráfico. Pintó su primer cartel cofrade en 1997 y, a partir de ese momento, también realizó pinturas para palios, estandartes y murales de cofradías. Pero, sin duda, el ámbito en el que más destaca es en el de la cartelería⁴³. Fue el autor del cartel del año 2000 de Zamarrilla.

Eugenio Chicano ha sido el autor del cartel anunciante del Jueves Santo de Zamarrilla en 2002, en 2019 y en 2020 –esta última vez de forma póstuma–. Este excelso pintor malagueño nació en 1935 y falleció en su ciudad el pasado 2019. No solo se dedicó a la pintura, también fue grabador, escenógrafo, cartelista, muralista y director de la Fundación Picasso Museo-Casa Natal. En 1954 comienza su producción artística. Viajó por las principales ciudades europeas e incluso expuso en Londres en la muestra *Young Artists* de la galería O'Hana. También ha expuesto en Francia, Alemania, Suiza, India, Méjico, Polonia... Pintó arte sacro, así como paisajes, retratos,

41 TORRES AGUILAR, F. (2008), 91-170.

42 La relación completa de nombres se encuentra disponible para consultar en el listado de obras.

43 Puede consultar dicha información en <https://hermandadnuevasperanza.es/index.php/pepe-palma>.

bodegones, etc. Su estilo de pintura está fuertemente influido por el arte pop y el cine, es característico y fácilmente reconocible. Usa grandes manchas de color plano y su paleta cromática es austera. En el retrato destaca especialmente por desdibujar los rasgos físicos del sujeto, pero sin llegar a perder su esencia. Los elementos gráficos como las tipografías exageradas también son parte del sello de Chicano.

Francisco Torres Mata fue un pintor malagueño conocido como “el pintor de la luz”. Nacido en 1945 y fallecido en 2010, ingresó a la tierna edad de diez años en la Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos de la ciudad. Siete años después inauguró su primera exposición en la Sala de Arte de la Caja de Ahorros de Ronda. Con dieciocho repetiría en la Asociación Económica Amigos del País. Estos fueron los comienzos de una carrera profesional que se prolongaría casi cinco décadas⁴⁴. En 1979 ingresa en la Academia de San Telmo, de la cual acabaría siendo el vicepresidente primero hasta su muerte. Fue nombrado Hijo Predilecto de Málaga⁴⁵. Pintó para su ciudad no solo carteles de Semana Santa, sino también de la Feria y el Rastrillo. Su obra impresionista se centra en la interpretación de la naturaleza plasmada en amplios escenarios, llenos de tonos luminosos y sombríos, o escenas situadas en patios, pequeños jardines, etc., así como escenas costumbristas cuyo guion es la mediterraneidad, con el uso de la luz como rasgo principal. La pintura religiosa también ocupó gran parte de la obra de este artista. Ha trabajado distintas técnicas como el carbón, el colorido, la composición, la fotografía y el fotograbado. En la década de los 70 presentó varias obras en la Semana de Málaga en Nueva York y en 1974 representó a España en una muestra de arte europea en Nueva Zelanda⁴⁶.

Jaime Díaz Rittwagen nació en Málaga en 1941. A los cincuenta deja de lado los negocios familiares para dedicarse en exclusiva a la pintura. Esta, de estilo naif, se centra especialmente en retratar ciudades desde las alturas, empleando para ello mucha luz y colores vivos⁴⁷. En 1986 tuvo lugar su primera exposición individual y en 2017 presenta *Ciudades*, una exposición que recogió 32 obras centradas en su peculiar representación de ciudades desde las alturas, donde 17 de los cuadros eran parte de su colección personal y no habían sido expuestos hasta entonces⁴⁸.

También tenemos a Andrés Tristán Pertíñez Carrascosa. Nacido en Larache y afincado en Málaga, no solo es pintor, sino también profesor (de dibujo y pintura en la escuela malacitana Ave María) y restaurador. Se considera continuador del realismo naturalista de la escuela malagueña del

44 PÉREZ FRÍAS, P. L. (s.d.), <https://epistemai.es/archivos/3586>.

45 CABRERA PABLOS, F. (2022), <https://www.diariosur.es/culturas/francisco-torres-matas-aniversario-fallecimiento-malaga-20220528141227-nt.html>.

46 Puede leer el artículo completo del Málaga Hoy en https://www.malagahoy.es/ocio/Fallece-cartelista-Francisco-Torres-Mata_0_383061851.html.

47 VÁZQUEZ, A. (2016), <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2016/05/15/artista-ciudades-luminosas-28384839.html>.

48 Puede leer la noticia de *El Rincón Habla* en <https://www.elrinconhabla.com/articulo/cultura/exposicion-ciudades-artista-jaime-diaz-rittwagen-rincon-victoria/20170822135242006484.html>.

XIX, hecho que influye en su estilo: nuevo realismo figurativo. Está especializado en retratos, pero también ha pintado otras temáticas como bodegones, marinas, escenas costumbristas y paisajes. En 2018 le dieron el premio *Pintor del Año*⁴⁹. Junta a él, podemos mencionar igualmente a José Antonio Jiménez Muñoz, nacido en Benalmádena en 1978. Destaca por su obra de carácter sacro y atesora una gran cantidad de premios, como el 1.º Premio Concurso de Pintura Rápida Casa del Artesano de Benalmádena, galardón que ha conseguido hasta en seis ocasiones. Ha sido autor de carteles oficiales de Semana Santa, Feria y Carnaval, carteles para cofradías, de aniversarios y ha participado en un total de seis exposiciones. Sus obras se encuentran repartidas por toda Europa, desde su Benalmádena natal hasta Rusia y Alemania. Cabe mencionar la colaboración como acuarelista en la obra de Guillermo Paneque, durante la exposición en el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga (2006)⁵⁰.

Otro apunte interesante es el gran predominio de artistas masculinos elegidos para pintar el cartel con respecto a las mujeres. Solo nos constan tres: María José Sarria (2006), María Egea (2008) y Noelia Guerrero Jiménez (2014). Poner el foco en este tipo de datos puede ser una oportunidad para actuar de una manera diferente y comenzar a dar más visibilidad a las muchas artistas malagueñas que hay o, incluso, a hermanas de la cofradía capacitadas para la tarea, como es el caso de Guerrero Jiménez. En esta línea de visibilizar a las pintoras, nos pusimos en contacto con la autora del cartel de 2014, para que pudiera hablarnos de primera mano sobre ella y su obra. Nació en Málaga, en 1977, más concretamente en el barrio de La Trinidad. Recepcionista de profesión, Guerrero Jiménez es autodidacta. Si bien no se dedica profesionalmente a la pintura, esta disciplina tiene una larga tradición en su casa, pues sus dos padres también pintaban. Su cartel de 2014 (imagen 8) no es el único. En navidades ha pintado crismas, ha realizado numerosos encargos de particulares y otros carteles como el de la Virgen de las Cañas del Puerto de la Torre, la Virgen de Gracia de Archidona o de algunas cofradías del Rincón de la Victoria.



Imagen 8. Guerrero Jiménez presentando su cartel. Imagen de Noelia Guerrero Jiménez.

49 Véase <https://www.andrestristan.com/>.

50 Véase <https://agrupaciondecofradias.com/pintor-del-cartel-semana-santa/>.

En cuanto a su obra para Zamarrilla, cabe destacar que Guerrero Jiménez es hermana de esta, mantilla y camarera de la Virgen. Por ello, debemos destacar uno de los detalles de su obra (imagen 9). Tras el dibujo de la Amargura se puede apreciar un fragmento de esta prenda (señalada con el círculo rojo en la imagen 9), haciendo referencia a que es mantilla desde los 18 años. Además, si bien los colores elegidos en un inicio para el fondo eran rojo (un tono claro escogido por la pintora) y morado –propios de la cofradía–, a su paso por la imprenta el primero se suavizó y dio como resultado esta singular mezcla de rosa y morado que no se repite en ningún otro cartel.



Imagen 9. Cartel 2014. Noelia Guerrero. Obtenido en la página web de la Cofradía de Zamarrilla.

Acerca de las otras dos pintoras, no nos ha sido posible ponernos en contacto o encontrar información alguna acerca de María José Sarria. Lo que sí hemos conseguido a través de un proceso de investigación ha sido dar con su nombre completo: María José González De Lara Sarria. Por otra parte, María Egea es una malagueña nacida en 1969 que ha expuesto en importantes salas de Málaga y Madrid especialmente, destacando de la capital malacitana sus dos exposiciones en el Centro de Arte Contemporáneo (CAC). De sus diversos galardones podemos destacar el que se le otorgó en 2006: Premio Mujer Pintora Ciudad de Málaga. De la misma manera que apreciábamos en Rittwagen, Egea también pinta ciudades desde rincones inalcanzables. Para entender bien su obra y estilo nos gustaría recalcar las palabras del propio CAC en su página web, en la que se destaca su: “fascinación por los paisajes urbanos decadentes y por la belleza de los rincones más ocultos de la naturaleza, con un peculiar estilo pictórico entre la abstracción cromática y un estilo figurativo más libre”. Egea pinta los lugares que visita, las personas que conoce. Dependiendo del momento en que se encuentre, usará una gama cromática más fuerte o más suave, plasmando así su estado anímico. Le gusta experimentar con diferentes técnicas pictóricas. Se inició con la acuarela (una de sus fuentes de inspiración es Turner), y ha empleado a lo largo de su carrera el lienzo, la

madera, el papel o el metacrilato, pero destaca por el uso de los mapas de navegación como soporte, algo en lo que es totalmente pionera⁵¹.

En cuanto a las características generales de los carteles, se aprecia un predominio de las obras pintadas en detrimento de las fotografías. Este segundo método solo fue empleado en los carteles de 2009, 2010 y 2012. El de 2010, en particular, fue una fotografía de archivo por el LXXV aniversario de la primera salida de la dolorosa. Queda patente que la fotografía –si bien tuvo una época dorada en la cartelería del siglo XX–, quedó finalmente desbancada por el lienzo-cartel a finales del siglo pasado e inicios del presente, asentándose completamente la predilección por la pintura en detrimento de la fotografía para los carteles cofrades, que suele escogerse con motivo de una efeméride o aniversario.

Además, desde que se editan carteles en la cofradía, también se aprecia, por lo general, un cambio de gusto a la hora de lo representado. A partir de 2003, cuando tan solo habían sido editados tres carteles previamente, predominará el retratar la procesión en sí, es decir, los nazarenos, enseres, el cortejo, los tronos –o titulares entronizados–. Sin embargo, en años más recientes se suele representar al Cristo, a la Virgen e incluso a ambos juntos, pero el cartel gira en torno a la imagen religiosa. De este modo, estas cuatro son las temáticas que se repiten en los 26 carteles: 1. la procesión/cortejo; 2. la Virgen; 3. el Cristo; y 4. ambos titulares conjuntamente. Estas temáticas serán las que tendremos en cuenta para la distribución de la exposición.

Muchos de los autores de la cartelería de la cofradía se han visto influenciados por los carteles de cine o incluso se han dedicado a realizarlos. Es por ello que no debe extrañar la influencia de estos en los de Zamarrilla. El *star-system* que, como se explicó anteriormente, tiene como imagen central a una estrella y se basa en el culto a la imagen de esta, parece ser replicado en las obras cofrades. Algunos ejemplos de esto podrían ser los carteles del 2000 y 2017:

51 Véase <https://cacmalaga.eu/maria-egea/>.



Imagen 10. Cartel de la película *La reina Cristina de Suecia* (1934). Obtenido de Google imágenes.



Imagen 11. Cartel Zamarilla 2017. Obtenido en la página web de la Cofradía de Zamarilla.



Imagen 12. Cartel de la película *La máscara de hierro* (1929). Obtenida de Google imágenes.



Imagen 13. Cartel Zamarilla 2000. Obtenido en la página web de la Cofradía de Zamarilla.

En la imagen 10 observamos un primer plano de la actriz Greta Garbo con labios fruncidos, nariz delicada y cejas arqueadas. Rasgos similares que también vemos en la imagen 11 en la que vemos a la Amargura. En ambas, en la parte inferior, aparece el texto que aporta información sobre el cartel. Solo se diferencian en la falta de nombre propio, pues en el segundo cartel no hay un texto que indique “Virgen de la Amargura” o “María Santísima de la Amargura”, presentando así a la “estrella” de la cofradía, como sí ocurre con Greta Garbo. En la imagen 12 aparecen Douglas Fairbanks y una escena de *La máscara de hierro* y en la 13 podemos apreciar al Cristo de los Milagros y una escena de la procesión de Zamarilla, así como detalles de la ermita o un Húsar de Pavía. En ambos casos, a la figura principal le acompañan algunas secundarias: hombres portando espadas junto a Fairbanks y nazarenos con cirios en el de Zamarilla. Cabe mencionar que la imagen del cartel del año 2000 es la del óleo original, la versión repartida en cartel sí tuvo texto en la parte inferior de la composición, de la misma manera que aparece en el de *La máscara de hierro*. De nuevo, la única diferencia es la falta de nombre propio del Cristo, lo cual es lógico si pensamos que el *star-system* ha sido adaptado a los gustos y cánones de las composiciones cofrades.

También, es importante indicar la inspiración que algunos autores han tenido en estampas pasadas a la hora de concebir sus creaciones. Es el caso de esta fotografía de 1939 de Zubillaga y el cartel de Eugenio Chicano de 2002 (imágenes 14 y 15), en el que el malagueño crea su propia versión a partir de una de las fotos más conocidas de la Amargura. Además, como dato, este es el único cartel protagonizado por la Virgen en el que la imagen mariana no aparece con su característica rosa, tal y como tampoco se ve la flor en la fotografía.



Imagen 14. Fotografía antigua (1939). Zubillaga.
Obtenida de JIMÉNEZ GUERRERO, J., SÁNCHEZ
LÓPEZ, J. A. (1994), 145.



Imagen 15. Cartel 2002. Fotografía propia.

Otro ejemplo de inspiración en estampas previas puede ser el cartel de 2016 protagonizado por el Cristo de los Milagros con respecto al de 1995, centrado en el mismo titular (imágenes 16 y 17). La disposición del Cristo, los tonos azulados, el fondo en degradado y la rosa a los pies de la cruz son algunos de los elementos que comparten ambos carteles.



Imagen 16. Cartel 1995. Obtenida en la página
web de la Agrupación de Cofradías.



Imagen 17. Cartel 2016. Obtenido en la página web de
la Cofradía de Zamarrilla.

VIII. Museología

En primer lugar, nos gustaría mencionar que tanto la Cofradía de Zamarrilla como la Agrupación de Cofradías de Málaga nos concedieron el permiso para el estudio de sus carteles y el uso, tanto de los originales como de sus reproducciones, para nuestro proyecto, permisos sin los cuales esta exposición no habría sido posible. También contamos con la autorización de particulares en aquel caso en el que las obras pertenecen a colecciones privadas.

El título escogido para la exposición consta de dos elementos. La rosa, como se explicó en el marco teórico, es, debido a la leyenda de Zamarrilla, el símbolo de la Virgen de la Amargura, hasta el punto de que la Virgen y la rosa se han convertido en sinónimos. La advocación de Milagros dada al Cristo de la cofradía que procesiona el Jueves Santo es, en efecto, el segundo elemento tomado para conformar el título de la exposición, que ya habría quedado explicado en su totalidad. “Una rosa y un milagro” o lo que es lo mismo “La Virgen y el Cristo de Zamarrilla”.

Para comprender el discurso de *Una rosa y un milagro* es necesario aclarar una serie de ideas previamente. A partir de la imagen de la rosa y el puñal, que tanto se asocia con la Amargura, empezamos a reflexionar sobre lo fascinante que resulta que los artistas, sean pintores, músicos o escritores, capten el mundo que les rodea de un modo tan singular, a la gente que vive en él y las cosas que existen. Gracias a sus obras son capaces de hacernos reflexionar, emocionarnos, alarmarnos, enfadarnos... pero, sobre todo, nos sentimos identificados con su obra, pues nos hacen recordar y materializar pensamientos y sentimientos que no podíamos expresar o discernir. La rosa y el puñal, a modo de ejemplo, estaban presentes en muchos lugares y han sido representados de maneras totalmente personales y únicas, según dónde se mirase, como puede verse en la imagen 18.



Imagen 18. Compendio de representaciones de la rosa y el puñal de la Amargura. Realización propia.

Por otro lado, los carteles son, anualmente –y como ya se ha mencionado anteriormente en el marco teórico– un evento que genera una gran expectación en la Málaga cofrade. Es un patrimonio accesible que va engrosando cada año. Una muestra de arte que señala cómo ve el artista a la cofradía y a sus titulares, qué le llama la atención de ella, por cuál de las imágenes tiene predilección... Un cartel de una hermandad puede decir mucho más de lo que creemos.

Según estas reflexiones, si había tantas formas de interpretar y representar un mismo símbolo, también podría haber muchas maneras y perspectivas de representar a los propios titulares de Zamarrilla, así como a la procesión de cada Jueves Santo. El discurso de este proyecto une esas dos ideas: las diferentes formas de representar algo, según la visión de cada artista, y cuáles son esos carteles de Zamarrilla y cómo son. Quizás los hermanos de más edad de la cofradía puedan acordarse de todos, pero los jóvenes seguramente se estén perdiendo gran parte de un patrimonio que les pertenece a ellos también y que queremos devolverles.

También hay que tener presente que la hermandad cuenta con un amplísimo patrimonio gráfico y pictórico que, por cuestiones de espacio, debía ser acotado. A la hora de escoger el criterio para elegir unas obras y no otras, decidimos centrarnos únicamente en los carteles anuales que anunciaban la salida del Jueves Santo de la cofradía. Esto se debe a que, si bien suelen publicarse varios carteles al año (en el caso de Zamarrilla, por ejemplo, hay carteles del traslado, de la procesión, de aniversarios y/o extraordinarias, del Vía Crucis del Santo Suplicio...), consideramos que los que ilustran el desfile procesional son los que mayor impacto tienen, los que más atención atraen y para los que se suelen contratar a los mejores profesionales. Sin duda, la calidad artística iba a ser la mayor en estos casos.

Otro aspecto con el que nos gustaría jugar es con la posibilidad de que el visitante vea las diferencias entre reproducciones y originales. La gran mayoría de espectadores conoce el cartel en la versión final de papel que se reparte o incluso en el formato de “estampita”. En *Una rosa y un milagro* podrán apreciar la diferencia entre la obra en cartón pluma y el lienzo original. Es por ello que los veintiséis carteles de Jueves Santo estarán expuestos en cartón pluma (la mayoría de ellos con las mismas medidas) y ocho originales formarán parte también de la muestra. El objetivo es que se puedan apreciar y comparar los distintos tamaños, los colores, las diferentes texturas, las técnicas...

Como el espacio expositivo es limitado, decidimos optar por dos textos de sala. Uno dará la información de carácter general e introductorio, acerca de los carteles cofrades y, particularmente, los de Zamarrilla. Este se ha dispuesto en la pared que el visitante encuentra enfrente suya tras entrar en el espacio, con la intención de que pueda contar con esa información contextual nada más empezar, tras la cual podrá explorar el resto de las secciones sin ningún orden, simplemente guiándose por lo que más le llame la atención o lo que le resulte más cómodo. El otro texto

acompañará a las reproducciones de la Agrupación de Cofradías. Es necesario que el visitante comprenda que dichas obras no son parte de la colección de Zamarrilla y, por ello, cuentan con un texto aparte.

Tras un estudio exhaustivo de los carteles, decidimos que la mejor forma de articular el proyecto era dividiéndolo por temáticas. Más concretamente, y como ya vimos en el marco teórico, hay cuatro temáticas que se repiten en los 26 carteles: la Virgen, el Cristo, el Cristo y la Virgen en conjunto y la procesión. Tras dividir las obras en el espacio, decidimos que tres serían las secciones principales: 1. la Virgen, 2. el Cristo y este acompañado de su madre y 3. la procesión.

A estas tres secciones decidimos añadir una cuarta, dedicada a las obras de la Agrupación de Cofradías, es decir, que no pertenecen a Zamarrilla, pero cuyos carteles son protagonizados por nuestra hermandad. Esta cuarta sección se concibe a modo de antecedente –de ahí el nombre con el que nos referimos a ella en este trabajo– para que el visitante pueda ver los orígenes de la representación de Zamarrilla en carteles, lo cual puede ser muy enriquecedor y completar así nuestro proyecto.

Para finalizar, si bien todos los carteles de las cuatro secciones previas son reproducciones en cartón pluma, decidimos que habría una quinta para la que se han elegido una serie de lienzos originales. Esta, dispuesta en las paredes de pladur que se construirán en torno a las cuatro columnas centrales, expondrá ocho obras. Aun así, no es una sección temática como tal, pues seguirá los tres temas de los carteles de Zamarrilla ya establecidos (Cristo y este y su madre, Virgen y procesión). La idea es que, al estar situada justo en el medio y extenderse por tres paredes, haya originales, enfrente de reproducciones, que sigan los mencionados temas. Así, en la sección del Cristo –por ejemplo– el visitante tendrá a su izquierda nueve reproducciones y, a su derecha, dos lienzos originales. Sucede lo mismo con la sección de la Virgen, con tres originales protagonizados por esta, y la sección de la procesión, con tres lienzos también.

Como mencionábamos, en la primera de las secciones, la de los antecedentes, las obras no pertenecen a la hermandad, pero nos resulta interesante exponerlas, a modo de introducción, con la intención de que el visitante pueda apreciar cómo se representaba a Zamarrilla en los carteles generales de Málaga antes incluso de que la cofradía siguiese el camino de editar los suyos propios. La elección de obras en este caso fue simple, nos limitamos a recopilar todas las obras publicadas por la Agrupación de Cofradías en las que se hiciese referencia a nuestra hermandad, un total de cuatro. Estos carteles se expondrán siguiendo la misma temática que en las secciones siguientes, por lo que agrupamos tres de ellos juntos, pues representan la procesión de la cofradía y, por otro lado, tendremos el cartel de los Milagros, que correspondería a la sección del Cristo.



Imagen 19

CARTEL 1952⁵²*Esperanza*

Composición fotográfica de Arenas (Málaga)

1952

Huecograbado

32 x 21 cm

Colección particular

Esta composición fotográfica está dividida en tres franjas y cuenta con un total de 7 escenas pertenecientes a los desfiles procesionales malagueños: tres en la parte superior, tres en la central y una en la inferior. En la franja central, a la derecha, se encuentra la Virgen de la Amargura entronizada.



Imagen 20

CARTEL 1956⁵³*Con la venia*

Eduardo Casares Goñi y José Soria Martínez

1956

Litografía


95 x 65 cm

Propiedad de la Agrupación de Cofradías

El original, parte de una colección privada, era una pintura al guache que data de 1954. Este fue un cartel no oficial que, dos años después, cambiando algunos colores de la composición sí fue elegido para publicitar la Semana Santa de 1956. La imagen se divide en dos escenas. La delantera consta de dos nazarenos de dos cofradías distintas mirándose entre sí mientras sujetan ambos un enser (una maza y un bastón). La escena del fondo muestra a cuatro nazarenos, también de distintas hermandades, de espaldas, avanzando. En el centro de estos se encuentra el nazareno de Zamarrilla, distinguible por el escapulario con la rosa y el puñal y el color de su capirote. Estos penitentes portan también enses,

52 CLAVIJO A., RAMÍREZ J. A. (1981), 228.

53 *Ibidem*, 236 y 302.

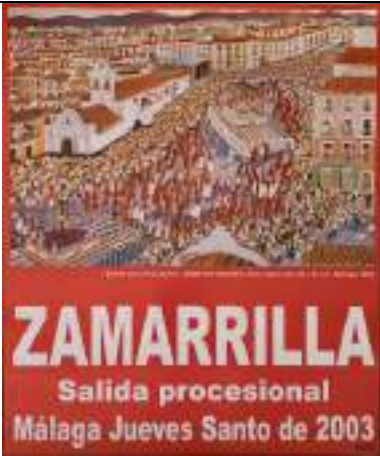
	<p>uno distinto cada uno. En la parte superior de la composición podemos apreciar un palio morado, en el que aparece el texto informativo del cartel y el escudo de la Agrupación.</p>
 <p>Imagen 21</p>	<p>CARTEL 1995⁵⁴</p> <p><i>Cristo de los Milagros</i></p> <p>José Robles Muñoz</p> <p>1995</p> <p>Óleo sobre lienzo fino y tabla</p> <p>111 x 74 cm</p> <p>Propiedad de la Agrupación de Cofradías</p> <p>Ejemplo de la plástica tradicional, es una obra con connotaciones románticas. La composición es una metáfora que alude a la protección de la ciudad por parte del Cristo de los Milagros. El paisaje urbano que aparece a los pies de la Cruz no presenta ningún elemento propiamente malagueño como son usualmente la catedral, la Farola o la Alameda. Desde la parte inferior crece un rosal que hace alusión a la leyenda del bandido. Esta obra tiene como inspiración el <i>Cristo de San Juan de la Cruz de Salvador Dalí</i> y algunos carteles como el de Sevilla de 1992 de Joaquín Saénz.</p>
 <p>Imagen 22</p>	<p>CARTEL 1997⁵⁵</p> <p><i>Cristo nazareno</i></p> <p>Fermín Durante López</p> <p>1997</p> <p>Óleo sobre lienzo</p> <p>79 x 52 cm</p> <p>Propiedad de la Agrupación de Cofradías</p> <p>El autor pinta un pasaje de la Pasión –Cristo despojado de sus vestiduras– dentro del templo mayor de la ciudad. El espectador puede saber que se trata de la catedral por los elementos arquitectónicos que se vislumbran al fondo de la escena, a ambos lados de Jesús (la puerta de las Cadenas y la capilla del Cristo del</p>

54 TORRES AGUILAR, F. (2008), 276.

55 *Ibidem*, 282.

	<p>Amparo). Justo a los lados del Señor se encuentra el hábito de un nazareno de la sección de la Virgen de Zamarrilla: la túnica, el cíngulo, el capirote con la rosa y el puñal y un bastón dorado, bocabajo, rematado por el escudo de la cofradía.</p>
--	--

A continuación, aparecería la sección dedicada a las imágenes que muestran el transcurrir de la procesión de Zamarrilla, su cortejo, los nazarenos, los enseres... Se trata de uno de los temas más representados –hasta en nueve ocasiones– por los distintos artistas. Los carteles que mostraremos en esta sección, por tanto, giran en torno a dichas estampas. Las obras que aparecerán en la sección de la procesión son nueve:

 <p>Imagen 23</p>	<p>CARTEL 2003</p> <p><i>Salida de la procesión</i></p> <p>Jaime Díaz Rittwagen</p> <p>1995</p> <p>Óleo sobre tela</p> <p>46 x 61 cm</p> <p>Hermandad de Zamarrilla, Málaga</p> <p>El autor plasma, al más puro estilo naif, una estampa correspondiente a la procesión del Jueves Santo. Podemos apreciar los tronos de ambos titulares, así como a los penitentes de la Virgen y la ermita a un lado de la escena. Por la luz presente podemos suponer que se trata del momento de salida de la procesión. La obra, pintada en 1995, fue posteriormente seleccionada para anunciar la salida de 2003, por lo que se adaptó a formato cartel, añadiendo un marco rojo para poder insertar el texto.</p>
--	--

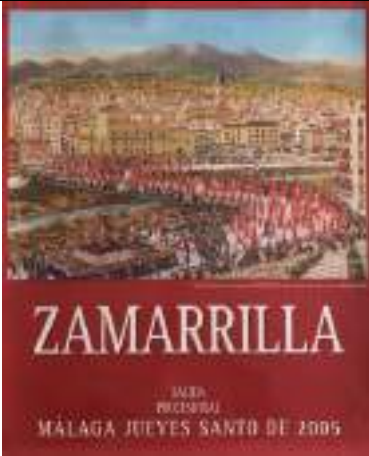


Imagen 24

CARTEL 2005

Por el puente de la aurora

Jaime Díaz Rittwagen

1995

Óleo sobre tela

46 x 61 cm

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

La cofradía vuelve a escoger un cuadro de Rittwagen de 1995 para anunciar su salida procesional. Debemos comprenderlos como una pareja de obras, pues ambos ilustran la procesión en estilo naif, pero en momentos distintos. En este caso, podemos observar que la procesión ya ha avanzado y se encuentra por el puente de la Aurora. De nuevo se nos presentan los mismos elementos: el trono del Cristo, los penitentes de la Virgen y a la Amargura.



Imagen 25

CARTEL 2006

María José Sarria

Óleo sobre lienzo

73 x 50 cm, con marco 99 x 76

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

La autora nos presenta una escena típica de la procesión de Zamarrilla: su paso por la Alameda, en la noche del Jueves Santo. Sitúa al espectador como si se hubiera detenido en medio del cortejo procesional. A ambos lados se ven penitentes con velas, la mitad derecha de la composición está ocupada por tres mayordomos conversando, se aprecia otro vigilando a los penitentes más al fondo y, casi imperceptible, en el punto de fuga, podemos distinguir el trono de la Virgen de la Amargura.



Imagen 26

CARTEL 2008

María Egea

Óleo sobre lienzo

Con marco 115 x 79,5 cm

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Representación de la salida de la sección de la Virgen de la ermita en la tarde del Jueves Santo. Sobre un fondo azul representando el cielo se alza la ermita, destacada de manera muy vertical. Tiene su puerta abierta, pudiendo verse en su interior la iluminación. Es precisamente de dicho lugar del que salen nazarenos de la sección de la Virgen. No se ve ninguna representación de los titulares de la hermandad, lo cual lo convierte en una estampa peculiar y singular.



Imagen 27

CARTEL 2009

Eduardo Nieto Cruz

Fotografía sobre lienzo

48,5 x 68,5 cm, con marco 57,5 x 77,5

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

La fotografía escogida representa al Cristo de los Milagros recorriendo el puente de la Aurora, a su vuelta tras realizar el recorrido oficial. Se puede apreciar cómo el trono está rodeado de público, contemplando la estampa. Fue el primer cartel fotográfico de la hermandad.



Imagen 28

CARTEL 2010

Juan Arenas Cansino

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

La imagen de Arenas Cansino sirvió para ilustrar el cartel de 2010, año en el que se celebraba el LXXV aniversario de la primera salida de la talla actual de la Virgen de la Amargura. En la escena se aprecia la procesión en la plaza de la Constitución, la cual está llena de gente tanto a pie de calle como en los balcones engalanados. La imagen tuvo que editarse, pues la original presentaba una rotura en la parte superior central.



Imagen 29

CARTEL 2011

Pedro De La Rúa

Óleo sobre lienzo

39,5 x 29 cm, con marco y paspartú 58 x 47,5

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Representa la salida procesional del Cristo de los Milagros en la tarde del Jueves Santo, junto a la ermita. En primer plano destaca el saludo de uno de los mayordomos de la sección del Cristo a un niño vestido de nazareno sin faraona. El original tiene paspartú de color azul.



Imagen 30

CARTEL 2012

Eduardo Nieto Cruz

Fotografía sobre lienzo

68,5 x 46 cm, con marco 87,5 x 64,5

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

La fotografía escogida representa el frontal del trono de la Virgen de la Amargura, a su paso por la Alameda Principal de Málaga. La Virgen mira de frente al espectador. En la parte inferior de la escena, tapando a los hombres de trono, se ha incluido un recuadro semitransparente con el texto informativo del cartel.



Imagen 31

CARTEL 2024

José Antonio Jiménez Muñoz

195 x 81 cm

Aguafuerte, dibujo, una estampa

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

El cartel muestra una escena propia de la procesión del Jueves Santo: el caminar de los penitentes de la Amargura por delante de esta. La estampa se encuentra dividida en dos mitades. En la inferior, los nazarenos, anónimos, forman un bucle de color rojo, solo comprensible por la presencia de sus capirotos. En la superior, se dibuja el trono de la Virgen, el cual se destaca de manera imponente sobre la masa de nazarenos rojos.

La tercera sección está relacionada con la figura de la Virgen de la Amargura, la cual bien puede considerarse como la “cara conocida” de la hermandad. Sin duda, de los tres titulares, es la que más devoción y pasión suscita y, por tanto, la que ha protagonizado más carteles en solitario. Desde un primer momento tuvimos claro que debíamos crear una sección enteramente para las obras que se le han dedicado. Así, el visitante podrá apreciar las diferentes formas de representar el rostro de la Virgen y, podrá ver una misma imagen en estilos, colores y técnicas distintos. Concretamente serán ocho los carteles que se verán en esta sección:



 <p>Imagen 32</p>	<p>CARTEL 1999</p> <p>Manuel Pineda Barroso</p> <p>Óleo sobre lienzo</p> <p>64 x 53 cm, con marco y paspartú rojo 88 x 77</p> <p>Hermandad de Zamarrilla, Málaga</p> <p>Imagen en primer plano de la Amargura sin corona, pero con una aureola de estrellas, destacando, sobredimensionados, la cruz pectoral con la rosa roja. Así mismo, sobresale el ramo de rosas en la esquina inferior izquierda tras el escudo de la Hermandad. Tras la Virgen se aprecia la ermita. La luna se ve en el cielo, por lo que podemos saber que es de noche.</p>
 <p>Imagen 33</p>	<p>CARTEL 2002</p> <p>Eugenio Chicano</p> <p>Óleo sobre lienzo</p> <p>Con marco 136 x 84 cm</p> <p>Para llevar a cabo este cartel, Eugenio Chicano tomó como modelo una fotografía de la dolorosa de 1939 y la desdibujó, empleando apenas unos pocos colores, hasta obtener esta estampa, que consiste en un primer plano de la Amargura sobre un fondo liso burdeos. Dos tercios de la composición corresponden al dibujo de Chicano y el tercio restante al texto promocional de la salida del Jueves Santo de 2002.</p>



Imagen 34

CARTEL 2013

Antonio Montiel

Pastel y lápiz sobre papel

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

La escena hace referencia a la famosa leyenda del bandido y representa el instante justo en el que este prende la rosa, sirviéndose de su puñal, para dar las gracias a la Amargura. El bandido de espaldas, la Virgen de frente, otorgándole el papel protagonista en la composición. En la esquina inferior izquierda aparece el escudo de la hermandad y en la derecha la firma del autor. El dibujo se inspira en el famoso Romance que escribió el malagueño Ignacio Román, cantado por la gran tonadillera Marifé de Triana. Como curiosidad: para realizar esta obra fue necesario bajar a la Virgen de su camarín y un hermano de la cofradía posó en el papel de bandolero.



Imagen 35

CARTEL 2015

María Santísima de la Amargura Coronada

Andrés Tristán Pertíñez Carrascosa

Óleo sobre lienzo

60 x 45 cm, con marco 87 x 72

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

El autor nos presenta un retrato de la Amargura. Este es distinto a otros, pues nos muestra a la Virgen vestida de azul, por lo que no hace referencia al Jueves Santo, sino a algún otro momento del año en el que la Virgen se encuentra en la ermita. El fondo, de tonos neutros, está vacío, lo que reconduce la mirada del espectador hacia la titular mariana, reforzando su protagonismo.



Imagen 36

CARTEL 2017

Antonio Cárdenas

Óleo sobre madera

120 x 116 cm, con marco 183 x 143

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Primer plano en tonos suaves de la Amargura destacando la rosa roja y el puñal que la sujeta. No se distingue fondo alguno, la figura de la Virgen lo llena todo. El original presenta un pequeño paspartú de color dorado y negro.



Imagen 37

CARTEL 2019

Eugenio Chicano

81 x 130 cm

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Eugenio Chicano, siguiendo su línea de inspiración en el arte pop, escoge unos pocos colores, especialmente el blanco, el negro y el burdeos, para mostrarnos una versión de la Amargura que nos recuerda al estilo cómic. La corona, el tocado y la saya cuentan con tantos detalles que casi podemos hablar de “horror vacui”. De hecho, podemos apreciar como rellena cada hueco posible, a excepción del rostro de la dolorosa y el fondo, que hacen contraste con el “ruido” presente en el resto del retrato. El recuadro en el que enmarca su firma también nos recuerda al de los cómics.



Imagen 38

CARTEL 2020

Eugenio Chicano

152 x 102 cm

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Para este cartel se escogió el cuadro de 1994 que realizara y donara el pintor para la hermandad. El artista experimenta con la minimización al límite de líneas y detalles, pero siendo aún reconocible de qué imagen se trata. Destaca la peculiar manera de dibujar las manos y el rostro, como si de un dibujo infantil se tratara.



Imagen 39

CARTEL 2022

Francisco Manuel Calderón Rodríguez

Óleo sobre lienzo

100 x 72 cm, con marco 120 x 90

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

En el fondo se puede apreciar el estandarte de la sección de la Virgen. Sobre este encontramos una serie de escenas como el retrato en primer plano de la Amargura, protagonista del cartel, y dos escenas en la parte inferior. A la izquierda, los nazarenos, en el encierro, entrando en la ermita. A la derecha, el Cristo de los Milagros de espaldas, dando la sensación al espectador de estar siguiendo su camino como parte de las promesas, a contraluz sobre un cielo rojizo, escoltado por los cuatro hachones de su trono, creando un efecto de recogimiento muy especial. El marco designado es de color morado, uno de los colores de la corporación.

El último de los carteles de la anterior sección nos sirve de enlace con la siguiente, dedicada al Cristo, al aparecer los dos titulares en él. Esta nueva sección cumple una doble intención. Por un lado, se muestra cómo se representa al Cristo, desde qué ángulos, en qué estilos... para reflexionar precisamente sobre las diferentes maneras de plasmar al titular. Por otro lado, se refleja cómo ven a los Milagros cuando es acompañado por la Amargura. Para esta segunda, necesitábamos que ambos titulares fuesen representados con igual protagonismo, no con una pequeña escena en la esquina de un cartel, como sucede en algunas ocasiones, como en el de 2022. Nueve serán las obras que conformen esta sección:



Imagen 40

CARTEL 2000

José Palma Santander "Pepe Palma"

100 x 74 cm, con marco 118,5 x 91

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Esta composición cuenta con varias escenas. La de mayor importancia y que más resalta es el Cristo de los Milagros, protagonista indiscutible de este cartel. Tras él podemos contemplar parte de la espadaña de la ermita de Zamarrilla. A su izquierda encontramos un Húsar de Pavía con corneta, en su pecho la rosa y el puñal y, finalmente, en la franja inferior, contemplamos a nazarenos de la Amargura, iluminando el camino de la dolorosa, que también está presente en la obra. Esta composición es capaz de aunar todos los elementos reconocibles de Zamarrilla: su titular cristífero, la procesión y la Virgen, el lugar donde reciben culto, el arma de caballería vinculada con la hermandad y la leyenda.



Imagen 41

CARTEL 2001

Ezequiel Pérez

Óleo sobre lienzo

98 x 71 cm, con marco 118 x 91

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Imágenes del Cristo y la Virgen con el escudo de la Hermandad, así como una representación de nazarenos de ambas secciones con bastones dorados. Tras los Milagros podemos apreciar una cruz a la que solo se le ven tres lados, simbolizando las potencias. También está presente el halo de divinidad.



Imagen 42

CARTEL 2004

Francisco Torres Matas

Óleo sobre chapón

73 x 60 cm, con marco 100 x 88

Fecha de realización sin determinar

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Retrato de estilo impresionista del Cristo de los Milagros. De nuevo, el fondo liso nos hace centrarnos únicamente en la imagen divina y los detalles de su composición.

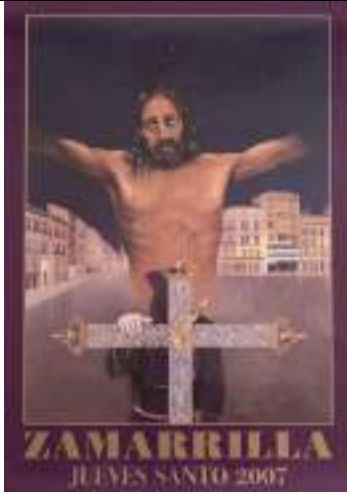


Imagen 43

CARTEL 2007

Francisco D. Llinares

Óleo sobre lienzo

82 x 60 cm, con marco 108 x 87,5

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Se representa, a través del realismo artístico, la escena de la cruz guía llegando a la plaza de la Constitución cada Jueves Santo. El Cristo de los Milagros, situado en el centro, por encima del hermano que porta la cruz, nos invita a pensar que es un elemento protector de este segundo. El pintor es hermano de la cofradía y portador del Cristo.



Imagen 44

CARTEL 2014

Noelia Guerrero Jiménez

Carbón y acrílico sobre lienzo

99 x 69 cm, con marco 120 x 90

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

Rostros de los sagrados titulares en carboncillo sobre fondo rosado magenta y morado en acrílico. Alrededor de la Amargura se puede leer el Ave María y alrededor de los Milagros, el Padre Nuestro. Debajo de la Virgen se aprecia el fragmento de una mantilla, símbolo que une a su autora con la cofradía. Entrelazando ambos rostros se puede ver la Rosa de Zamarrilla. Al pasar por la imprenta el rojo claro que hacía referencia al color de la sección de la Virgen se suavizó aún más, dando como resultado este singular rosa de tonos magenta que aparece en el cartel en su versión final.



Imagen 45

CARTEL 2016

Salvador Varela Martín

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

93 x 154 cm

Hermandad de Zamarrilla, Málaga

El cartel de este año está protagonizado por el Cristo de los Milagros. Curiosamente, se representa de cuerpo entero en lugar de retratar solo el rostro o el busto, como suele ser más frecuente. La estampa es sencilla, el Cristo, protagonista, en el centro, flanqueado por dos hachetas (las de su trono). Aparece una rosa a

	<p>los pies de la cruz, referenciando la leyenda del bandido y a la Virgen de la Amargura. La luna y los cirios encendidos de las hachetas nos hacen pensar que la estampa tiene lugar por la noche.</p>
 <p>Imagen 46</p>	<p>CARTEL 2018</p> <p>Fernando Núñez Fernández</p> <p>Óleo sobre madera</p> <p>100 x 81 cm, con marco 107 x 88</p> <p>Hermandad de Zamarrilla, Málaga</p> <p>Nos encontramos ante un retrato del perfil izquierdo del Cristo de los Milagros. Con un realismo notable y con abundantes detalles, el autor juega con el contraste del fondo, de tonos morados y violáceos, sin definir, sin ningún elemento reconocible, para que la mirada del espectador se centre en la imagen divina.</p>
 <p>Imagen 47</p>	<p>CARTEL 2021</p> <p>Francisco Javier Valverde Conejero</p> <p>Óleo sobre lienzo</p> <p>115 x 88 cm, con marco 140 x 112</p> <p>Hermandad de Zamarrilla, Málaga</p> <p>En esta composición podemos observar una superposición del Cristo y la Virgen, en clave realista. El fondo, de un tono morado y el marco rojo nos recuerdan sutilmente el color de sus cortejos de nazarenos. La cenefa que enmarca la escena también presenta simbología propia de la hermandad como las rosas o los puñales – en este caso en particular atravesando corazones, en referencia a los siete dolores de la Virgen María–. El texto se reparte de forma que todo el conjunto resume simetría y proporcionalidad.</p>
 <p>Imagen 48</p>	<p>CARTEL 2023</p> <p><i>Amargura de una madre</i></p> <p>Juan Francisco Montoya García</p> <p>Óleo sobre madera</p> <p>148 x 90 cm, con marco 160 x 102</p> <p>Hermandad de Zamarrilla, Málaga</p> <p>Cielos nocturnos acompañan las imágenes de la Amargura y los Milagros. La madre junto a su hijo en la noche del Jueves Santo. El cuadro representa la expresión de un sentimiento del autor. Una</p>

	<p>serie de recuerdos de la infancia plasmados en una imagen, la de los Sagrados Titulares durante su exposición en la ermita de Zamarrilla un Viernes Santo, donde M.^a Stma. de la Amargura, de riguroso luto, llora a su hijo muerto que yace a sus pies tendido en la cruz.</p> <p>La Virgen con la mirada alzada hacia el cielo abre sus brazos clamando a Dios por la muerte de su hijo con un fondo de nubes negras y tinieblas que refuerzan ese momento triste y trágico.</p> <p>Ambas figuras se encuentran encuadradas a modo imaginario en una forma geométrica rectangular, siendo el centro de dicha figura el halo que emerge de la cabeza de Jesús y que invita al espectador a dirigir ahí su mirada.</p>
--	--

Finalmente, en la última sección el visitante podrá disfrutar de la contemplación de las obras originales, cuyas reproducciones en carteles estarán expuestas en las secciones correspondientes. Concretamente, serán ocho lienzos pertenecientes a los siguientes años: 2000, 2002, 2003, 2004, 2005, 2019, 2020 y 2024.

IX. Museografía y montaje de la exposición

Para comenzar, nos gustaría mencionar que, para concebir esta parte del proyecto, hemos empleado diversos recursos visuales proporcionados por el área de conservación del museo Carmen Thyssen. Con ellos nos hemos inspirado a la hora de elegir la tipografía de los textos (imágenes 49 y 50), el diseño de las cartelas (imagen 51) y los colores que más encajasen con la exposición (imagen 52).



Imagen 49. Recurso visual tipográfico 1.
Imagen propia.



Imagen 50. Recurso visual tipográfico 2. Imagen propia.



Imagen 51. Recurso visual cartelas. Imagen propia.



Imagen 52. Recurso visual colores. Imagen propia.

1. Sala y recorrido

El edificio en el que tendrá lugar la exposición es la casa hermandad de Zamarrilla, construida por Antonio Jesús Valero Navarrete y terminada en el año 1996. Consta de cuatro plantas y se encuentra ubicada en el número 7 de la calle Martínez Maldonado, en el barrio de La Trinidad, justo al lado de la ermita de Zamarrilla (imágenes 53 y 54). El horario de la exposición estará marcado por el horario de apertura del edificio, es decir, se podrá visitar siempre que esté abierta la casa hermandad (salvo las excursiones que se programen, que tendrán un horario especial).



Imagen 53. Casa Hermandad y ermita de Zamarrilla. Obtenida de la página web de Zamarrilla.

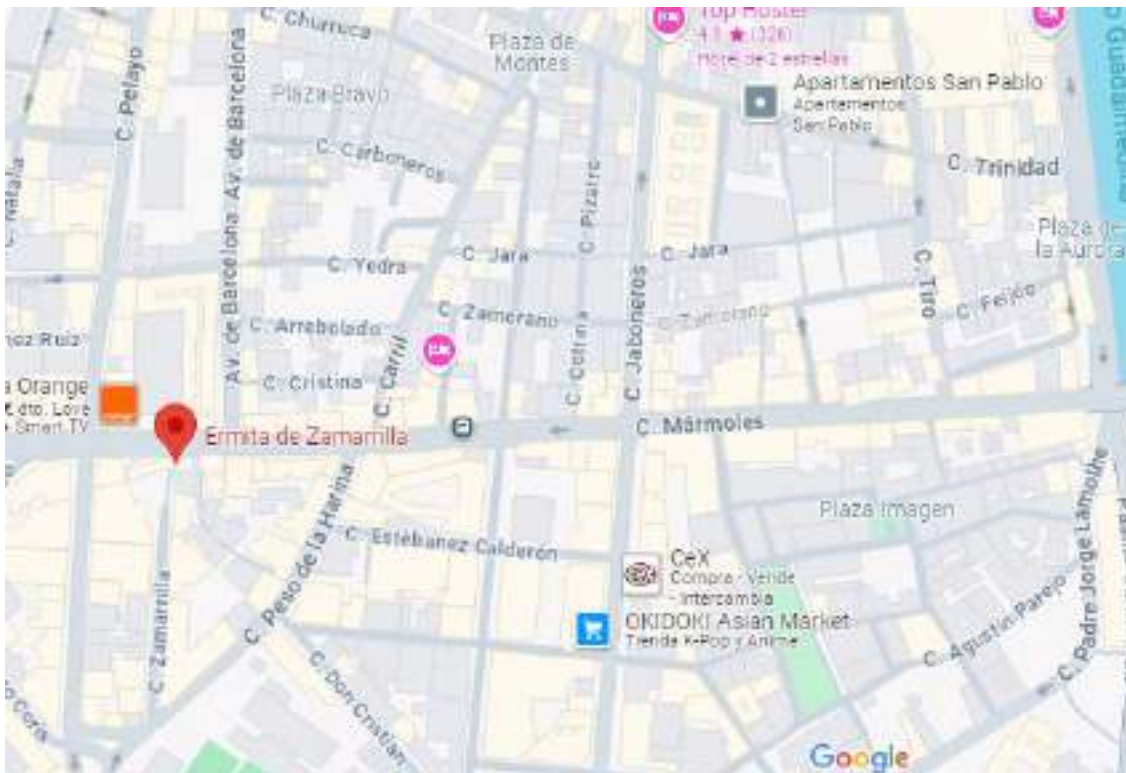


Imagen 54. Vista satélite de la ubicación de la ermita. Obtenida en Google Maps.

La sala escogida, con una superficie de 155m², es la que sirve durante todo el año como salón de actos a la hermandad. Se encuentra ubicada en la tercera planta y a ella se puede acceder bien por escaleras o bien por ascensor, por lo que no se dificulta la entrada a personas con movilidad reducida. Su interior es totalmente diáfano, habiendo tan solo cuatro columnas.

La sala, en su estado actual, no podría servir como espacio expositivo porque no hay casi pared para colgar las obras, ya que la mayoría presentan ventanas con sus travesaños y cortinas (imágenes 55 y 56). Además, el espacio está actualmente en uso y, por tanto, lleno de instrumentos, sillas, atriles, etc. Por ello, este trabajo no solo busca concebir una exposición sobre cartelería, sino que hemos ido más allá, estudiando la manera de musealizar este espacio para que pueda albergar *Una rosa y un milagro*.



Imagen 55. Sala original 1. Imagen propia.



Imagen 56. Sala original 2. Imagen propia.

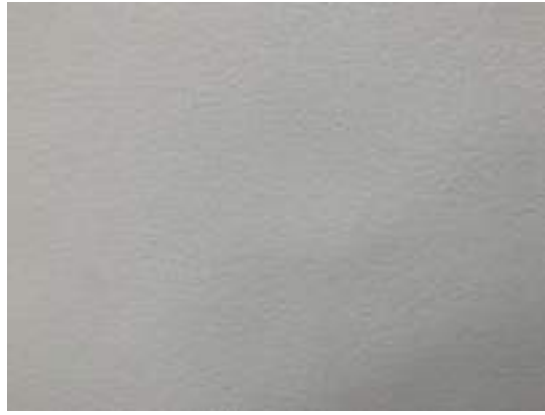


Imagen 57. Pared de la sala. Imagen propia.

La sala, de paredes blancas (imagen 57), cuenta con cinco paredes cuyas dimensiones son 2,6 m de alto por 13,20 m, 11,90 m, 8,70 m, 4 m y 11,95 m de ancho (imágenes 58 y 59). El color de estas es una ventaja, pues no sería necesario pintarlas, dado que este es acromático y no desentona con ningún otro, hecho a tener en cuenta dada la gran variedad de colores presentes en los diversos cuadros y carteles expuestos. El blanco en cuestión, siguiendo el código RAL, es el 9003.



Imagen 58. Plano de la sala. Realizado por
Martina Sánchez Álvarez.

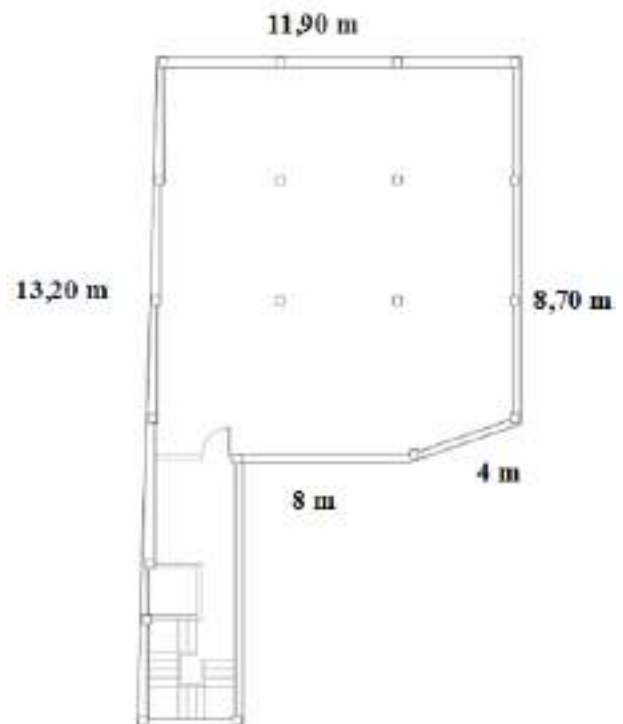
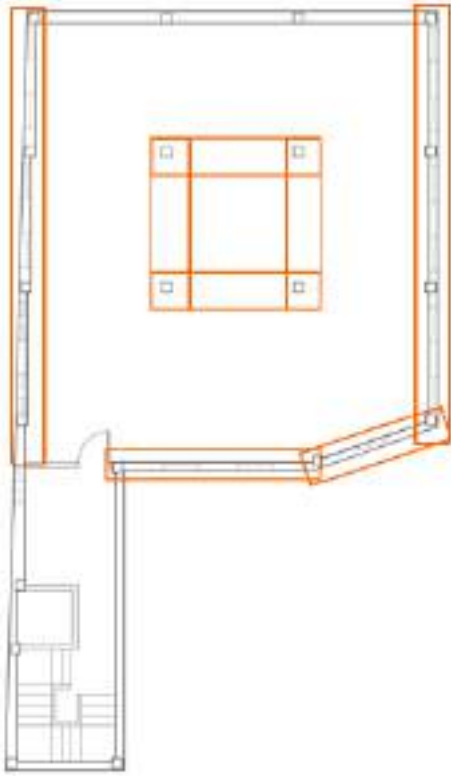


Imagen 59. Plano con medidas de las
paredes. Realización propia con Publisher.



El mayor cambio a realizar en la sala es el relativo a las ventanas. Más de dos tercios del espacio presentan este elemento. La solución que proponemos es taparlas momentáneamente con pladur (imagen 60), creando el efecto de pared, para poder aprovechar la totalidad de las paredes y colgar en ellas las obras.

Además, entre las cuatro columnas presentes en la zona central de la sala también se levantarán paredes de este material para ganar espacio expositivo y poder colgar los lienzos originales. Por precaución, en este caso se recurrirá a una doble capa de pladur, para asegurarnos de que la estructura pueda soportar el peso de las obras colgadas.

Imagen 60. Plano proyecto paredes de pladur.

Realización propia con Publisher.

Por otra parte, la división de la sala será temática, habiendo un total de cinco:

- Sección antecedentes (en amarillo en la imagen 61).
- Sección procesión: paredes A1 y A2 (en azul en la imagen 61).
- Sección Cristo: pared B (en morado en la imagen 61).
- Sección Virgen: pared C (en rojo en la imagen 61).
- Sección originales (en verde en la imagen 61).

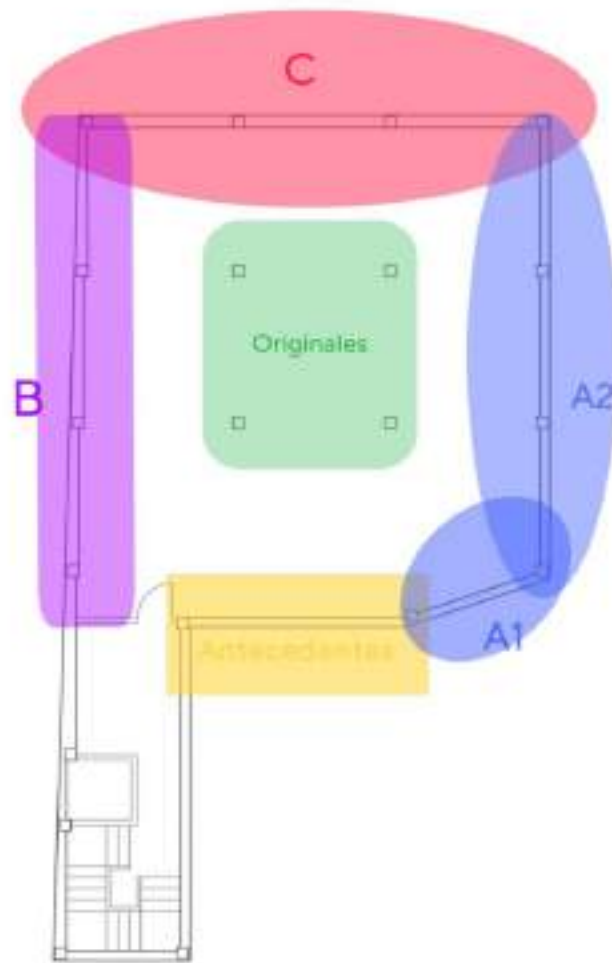


Imagen 61. Mapa visual de las secciones. Realización propia con PicsArt.

Dentro de cada sección, el orden seguido para ubicar los carteles será cronológico. De esta manera, el visitante encontrará a su izquierda los carteles más antiguos y a su derecha los más recientes. La imagen 62 corresponde al plano de distribución de obras por sección, incluyendo textos de sala y rótulos, quedaría de la siguiente manera:

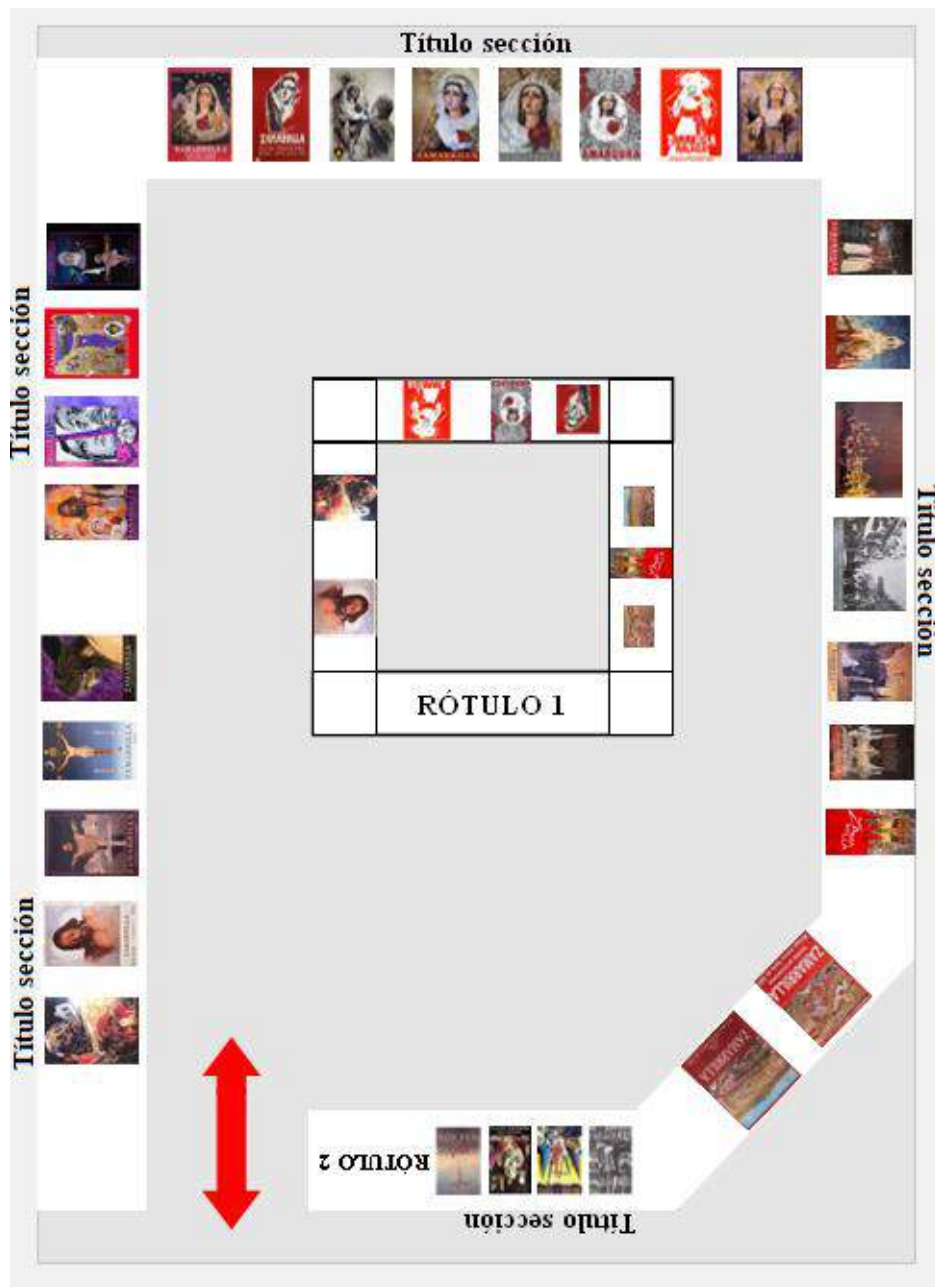


Imagen 62. Plano de distribución de sala. Realización propia con Publisher.

La exposición está concebida para que haya tantas formas posibles de recorrerla como visitantes acudan. Al no seguir una línea temporal, sino temática, el público puede ir de una sección a otra indistintamente. Si bien lo más lógico sería realizar la visita en el sentido de las agujas del reloj o al contrario de estas (flechas azules y rojas, respectivamente en la imagen 63), pueden existir otras posibilidades, que se muestran con las diferentes flechas en la imagen 64.

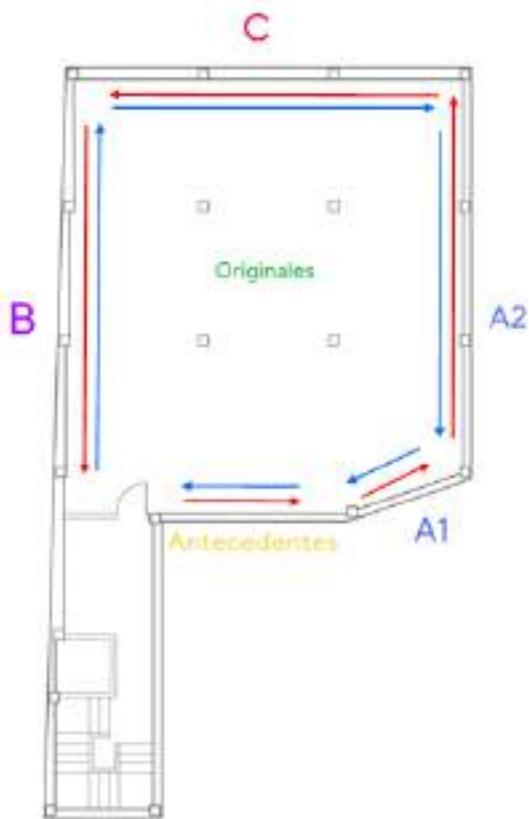


Imagen 63. Recorridos lógicos. Realización propia con Picsart.

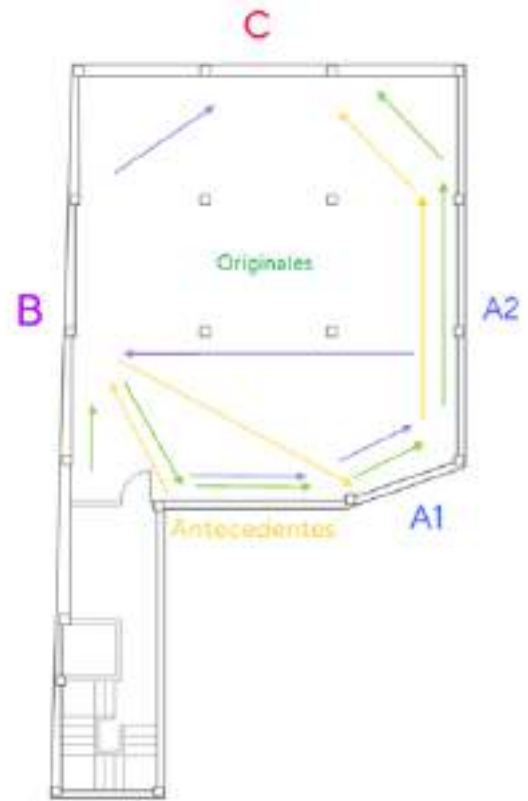


Imagen 64. Recorridos alternativos. Realización propia con Publisher.

2. Iluminación

La sala presenta una iluminación consistente en tubos incandescentes que recorren todo el centro de la estancia. Por motivos estructurales y presupuestarios no es posible modificarlos para instalar focos más adecuados, como los de la empresa ERCO, especializada en iluminación de exposiciones. Por ello, debemos ser conscientes de que no podemos alterar la iluminación preexistente. Si bien a las reproducciones de carteles en cartón pluma esto no les afecta, sí puede dañar los óleos originales. Aun así, debemos considerar también que la exposición durará menos de dos meses, por lo que las piezas más susceptibles no sufrirán en gran medida y luego podrán volver a “descansar” una vez terminada la muestra. A continuación se adjunta un plano con la iluminación presente en la sala, representada con las líneas negras alrededor de las columnas de la sala (imagen 65):

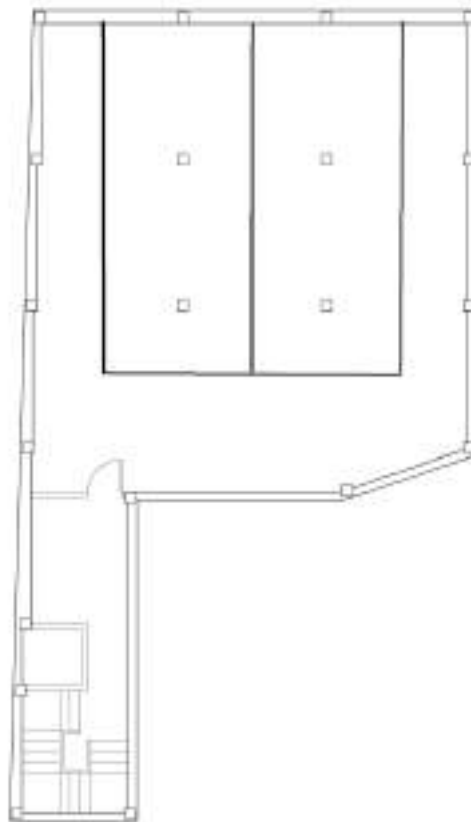


Imagen 65. Plano iluminación. Realización propia con Publisher.

3. Cartelas

Las cartelas de las obras serán blancas, acordes con la pared, medirán 11 x 14 cm, estarán hechas de policloruro de vinilo o PVC y el texto se añadirá mediante impresión directa (doble, para que no quede desdibujado). También podría serigrafarse, practica usual en los museos, mas la impresión directa es más económica. En el texto se empleará la fuente “Carlito”, con letras en negro (según clasificación Pantone Process Black C). El nombre del autor irá resaltado en negrita y estará a tamaño de letra 15, mientras que el resto de información a 14. La información contenida hará referencia al año del cartel, el título de la obra de haberlo, el autor, el año de realización, el soporte y la titularidad. De haber título de la obra, este estará escrito en cursiva, así como en español e inglés para facilitar que tanto los visitantes nacionales como foráneos puedan entenderlo. A continuación, mostramos dos ejemplos distintos de cartelas en la imagen 66, según si la obra tiene título o no. De tenerlo, la cartela será como la de la izquierda. De no tenerlo, como la de la derecha:



Imagen 66. Prototipo de cartelas. Realización propia.

En cuanto a las cartelas de grupo las emplearemos con dos motivos. Por un lado, para los rótulos que indican el título de la sección. Estos, hechos a partir de PVC, estarán escritos en tipografía Staatliches e irán en Pantone Process Black C, tamaño 60. En la sección de la Virgen lo que se leerá será “LA NIÑA DE LA TRINIDAD”. En la de la procesión “LA PROCESIÓN CAPTADA POR EL ARTISTA”. En la del Cristo “DE TUS MILAGROS... / ...LA AMARGURA”, haciendo referencia al título de una marcha dedicada al titular en cuestión. Finalmente, en la de antecedentes, “VIAJEMOS EN EL TIEMPO...”. En las imágenes 67 y 68 podemos ver ejemplos de cómo quedaría el primero de estos rótulos.

LA NIÑA DE LA TRINIDAD

Imagen 67. Ejemplo de rótulo de sección. Realización propia.

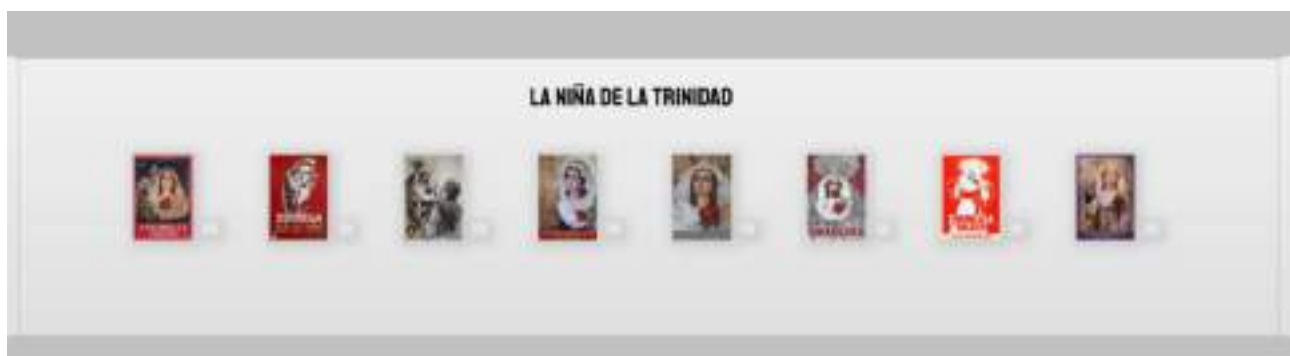


Imagen 68. Montaje visión final de sección + rótulo. Realización propia con Picsart.

Por otro lado, habrá otras cartelas de grupo que aporten la información propiamente dicha. Como se mencionó anteriormente, a falta de espacio para adjuntar un vinilo por sección, se hará uno en común con información sobre los carteles en general y otro más breve para los antecedentes. Estos se fabricarán también en PVC. En ellos los textos estarán entre 100 y 400 palabras. El primero llevará por título “UNA ROSA Y UN MILAGRO”, estará escrito en Staatliches e irá en un rojo burdeos (según código HEX C20F08), letra también a 60. El contenido de dicho rótulo (escrito en Arial regular en color negro a tamaño 28) será:

El cartel es, en esencia, un medio de comunicación que tiene por protagonista una imagen. En la sociedad de consumo, es una pieza clave para movilizar al usuario y motivarle a sentirse atraído por lo representado en los carteles. Se busca que estos sean eficaces y lleguen al mayor número de público posible, lo que implica que su autor utilice formas simples y fácilmente comprensibles, con colores vivos y vistosos que capten la atención y que sean útiles para imponer el mensaje deseado. Esta exposición presenta la colección completa de carteles editados por Zamarrilla para anunciar anualmente su salida procesional. Si rastreamos los orígenes del cartel cofrade en nuestra ciudad, debemos situarnos en 1921. En tal año se forma la Agrupación de Cofradías de Málaga y es cuando comienza su actividad propagandística para atraer a la mayor cantidad de visitantes posibles. La cofradía de Zamarrilla empieza a editar carteles por sí misma para anunciar su salida procesional del Jueves Santo en 1999. Esto supone que, hasta 2024, se han editado un total de 26 carteles. Contamos con un total de 22 autores diferentes, algunos de ellos amateurs, pero otros de larga trayectoria en la pintura como Eugenio Chicano, “Pepe” Palma o Jaime Díaz Rittwagen. Observamos un predominio de las obras pintadas en detrimento de las fotografías que, en el caso particular de Zamarrilla, suele escogerse solo con motivo de una efeméride o aniversario. Las temáticas escogidas para representar son especialmente cuatro, que se repiten en los 26 carteles: 1. la procesión/cortejo; 2. la Virgen; 3. el Cristo; y 4. ambos titulares conjuntamente. Los aspectos que influyen en los autores a la hora de llevar a cabo su

obra son tan diversos como los carteles de cine, el arte pop o estampas pasadas –fotografías históricas u otros carteles– que se rediseñan.

Su traducción en inglés, a su derecha, llevará por título “A ROSE AND A MIRACLE”, escrito en Staatliches, en morado (según código HEX 3E0576). El texto informativo, por su parte, estará escrito en Arial regular e irá en gris (B2B2B2). Hemos optado por utilizar un color distinto tanto para el título como para el cuerpo del texto, para que el visitante pueda distinguir rápidamente los dos idiomas diferentes y para no cansar la vista de aquel que lo lee con una masa de texto homogénea. Los tamaños de letra sí serán los mismos. Aquí su contenido:

The poster is, in essence, a media with an image as the protagonist. In the consumer society, it is a key element in mobilising the user and motivating them to feel attracted to what is represented in the posters. The aim is for posters to be effective and to reach the widest possible audience, which implies that the author uses simple, easily understandable forms, with bright, eye-catching colours that capture the attention and are useful for imposing the desired message. This exhibition presents the complete collection of posters published by Zamarrilla to announce its annual processional procession. If we trace the origins of the brotherhood poster in our city, we must go back to 1921. In that year, the Malaga Brotherhoods Association was formed, and it was in that year that its advertising activity began in order to attract as many visitors as possible. The Brotherhood of Zamarrilla began to publish its own posters to advertise its Maundy Thursday procession in 1999. This means that, up to 2024, a total of 26 posters have been published. We have a total of 22 different authors, some of them amateurs, but others with a long career in painting, such as Eugenio Chicano, "Pepe" Palma and Jaime Díaz Rittwagen. There is a predominance of painted works to the detriment of photographs which, in the particular case of Zamarrilla, are usually chosen only on the occasion of an event or anniversary. There are four main themes chosen to represent the image,

which are repeated in all 26 posters: 1. the procession/cortejo; 2. the Virgin; 3. the Christ; and 4. both title-bearers together. The aspects which influence the authors in their work are as diverse as film posters, pop art or past prints - historical photographs or other posters - which are redesigned.



Imagen 69. Montaje visión final texto de sala. Realización propia con Picsart.

El segundo grupo de textos de sala compartirá las mismas características en cuanto a tamaño de letra, color y fuente con respecto al primero que acabamos de describir. El único cambio es que los títulos serán **LOS ORÍGENES** y **THE ORIGINS**:

La cofradía de Zamarrilla es una de las más importantes del panorama malagueño. Prueba de ello son las apariciones de nuestra hermandad en carteles editados por la Agrupación de Cofradías a lo largo del tiempo. Procedente de su propio archivo, esta muestra permite al espectador observar la forma que tienen los artistas completamente ajenos a la cofradía de retratarla, siendo los penitentes de la hermandad el motivo que con más frecuencia se representa.

Hasta en cuatro ocasiones fuimos elegidos –o uno de los elegidos– para protagonizar dichos carteles. La primera, en una composición fotográfica junto a otras cofradías señeras de la ciudad, en 1952. Tras ello, volvió a suceder en 1956, 1995 y 1997. Estas cuatro obras, por su valor pictórico, han sido

tomadas como influencia para carteles posteriores, ya editados por la propia hermandad.

Versión en inglés:

The brotherhood of Zamarrilla is one of the most important of the Malaga scene. Proof of this are our brotherhood appearances in posters published by the Brotherhoods Association over the years. From its own archives, this exhibition allows the viewer to observe the way in which artists completely unrelated to the brotherhood portray it, with the brotherhood's penitents being the most frequently depicted motif.

On up to four occasions we were chosen –or one of the chosen ones– to star in these posters. The first time, in a photographic composition together with other important brotherhoods of the city, in 1952. This happened again in 1956, 1995 and 1997. These four works, due to their pictorial value, have been taken as an influence for later posters, published by the brotherhood itself.



Imagen 70. Montaje visión final texto de sala 2. Realización propia con Picsart.

4. Montaje

Dado el valor de las obras y que no debemos contar con un seguro de transporte, pues la cofradía expone sus propias obras y no es necesario transporte alguno, el seguro rondará unos 350 euros, que suele ser la cantidad mínima. Para calcular este precio, se ha tenido en cuenta el valor de las obras a exhibirse. Habrá ocho originales –el resto serán reproducciones–, y aunque no contamos con el precio que se pagó por ellos, sí hemos tenido en cuenta la cotización de los autores en la web de *Art Price* de obras de dimensiones y soportes similares. Eugenio Chicano, autor de tres de los ocho lienzos exhibidos, cotiza entorno a los 2000€ por obras de ese estilo y medidas. Díaz Rittwagen, autor de dos de los ocho, unos 500€. Torres Matas, aproximadamente 600€. Faltan datos acerca de los originales de Pepe Palma y José Antonio Jiménez Muñoz, pero sí sabemos que la cantidad no sería tan elevada como para superar el precio mínimo mencionado.

El montaje comenzará el 26 de febrero, durará una semana (hasta el 4 de marzo) y se llevará a cabo por un grupo de hermanos voluntarios de la cofradía, lo que hará que se ahorre presupuesto. Antes de comenzar el montaje, dicho grupo será instruido a partir del manual de *Frágil. Curso sobre manipulación de bienes culturales*. El curso durará cuatro horas, impartido por la comisaria y será obligatorio para todo aquel que desee colaborar en el montaje.

Lo primero será mover los instrumentos, atriles y sillas que actualmente están en la sala a alguna otra de la casa hermandad. De la misma manera se quitarán los cuadros y fotografías que cuelgan actualmente de las paredes de la sala, así como las cortinas de las ventanas, los rieles, etc. El objetivo de este primer paso es dejar completamente vacía la sala para que los obreros puedan construir las paredes temporales de pladur. Estas medirán 8 x 2,6 m (en la pared de antecedentes), 4 x 2,6 m (en la pared A1 de la procesión), 8,70 x 2,6 m (en la pared A2 de la procesión) y 13,20 x 2,6 m (en la pared del Cristo). En cuanto a las paredes que montaremos entre las columnas, dos serán de 4,48 x 2,6 m (las ubicadas frente a las secciones de la Virgen y en la que se encontrará el texto de sala 1) y las otras dos de 4,54 x 2,6 m (frente a las secciones del Cristo y de los antecedentes).

Otro aspecto que es relevante mencionar es el de los elementos de sujeción. Todas las reproducciones y originales estarán fijados a la pared mediante un sistema de alcayatas y hembrillas cerradas (imagen 71). Solamente los originales de Rittwagen, dado su valor; pero, sobre todo, su tamaño, llevarán un anclaje antirrobo especial (imagen 72). Como ninguna obra presenta un peso elevado, no será necesario el uso de durmientes. Las cartelas de obra se adherirán a la pared utilizando el producto “No más clavo” y cinta de doble cara (imágenes 73 y 74).



Imagen 71. Alcayata y hembra cerrada. Imagen propia.



Imagen 72. Anclaje antirrobo. Imagen propia.



Imagen 73. Producto “No más clavos”.
Obtenida de la web de Bauhaus.



Imagen 74. Cinta de doble cara.
Obtenida de la web de Leroy Merlin.

Pasaremos ahora a describir, sección a sección, la altura a la que deben ir las obras y la distancia entre ellas de todas las reproducciones. Comencemos por la sección B o “del Cristo”. En ella hay nueve obras (de 80 x 55cm) y la pared mide 1320 cm de ancho. Hacemos dos grupos, uno de cinco obras y otro con cuatro, en función de si representan al Cristo exclusivamente o si este está acompañado de la Virgen. En el margen izquierdo habrá un espacio de 100 cm y, posteriormente, se

colocará la primera obra del Cristo (la del año 2000). Se dejará una separación de 9 cm entre obra y cartela (la cual se situará dejando 95 cm de margen con respecto al suelo) y luego de 45 entre la cartela y la siguiente reproducción. Así hasta haber colocado las cinco primeras obras y las cinco primeras cartelas. Tras la quinta, se dejará una separación de 127 cm y se situará el primer cartel del segundo grupo (del año 2001). Se repetirá el esquema: obra, 9 cm de separación, cartela, 45 cm de separación, obra... Todas las obras tendrán un margen inferior y superior de 90 cm, mientras que las cartelas tendrán 95 cm de margen inferior. La imagen 75 nos ofrece una idea de cómo se vería:

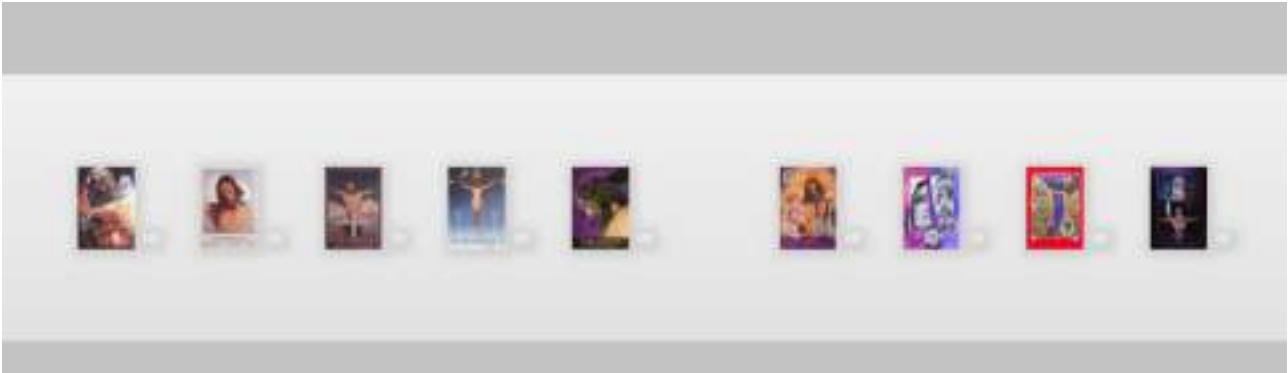


Imagen 75. Visión sección Cristo. Realización propia con People Art Factory.

Si añadimos los rótulos (el primero con las medidas de 20 x 150 cm y el segundo de 20 x 130 cm), a 20 cm del techo y a 100 cm de los márgenes izquierdo y derecho de la pared, este sería el resultado completo (imagen 76):



Imagen 76. Visión final sección Cristo + rótulos. Realización propia con Picsart.

La sección C o “de la Virgen” (imagen 77) cuenta con ocho obras a repartir en 1190 cm. El esquema a seguir será: 110 cm de separación en el margen izquierdo, obra 1 (1999), 9 cm, cartela, 52 cm de separación, obra 2, 9 cm, cartela, 52 cm de separación... En esta sección todas las obras

miden 80 x 55 y se encuentran situadas con 90 cm de margen tanto inferior como superior. La cartela, por su parte, se coloca a una altura de 95 cm desde el suelo.

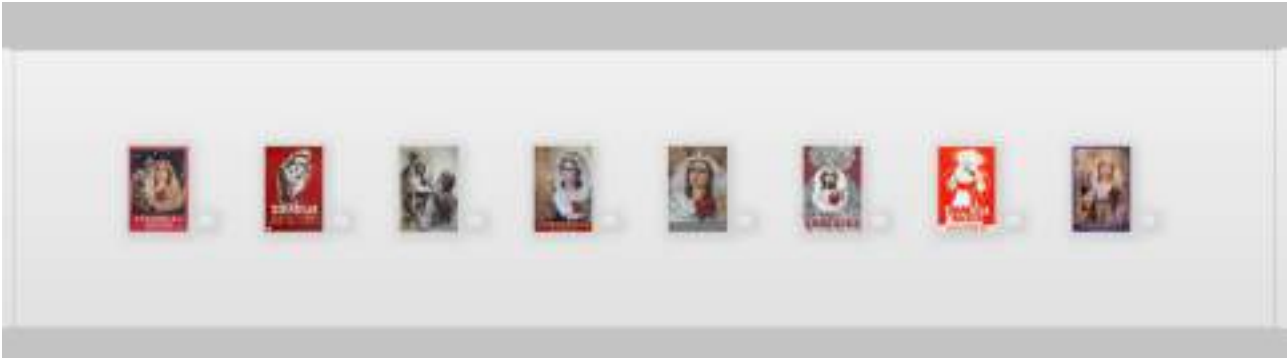


Imagen 77. Visión sección Virgen. Realización propia con People Art Factory.

Con el rótulo, que medirá 20 x 200 cm y que irá situado a 20 cm del techo y 495 del margen izquierdo y derecho, este sería el resultado final (imagen 78):



Imagen 78. Visión final sección Virgen + rótulo. Realización propia con Picsart.

En la pared A2 o sección “de la procesión” debemos prestar más atención, pues hay obras que tienen medidas diferentes al resto. La pared mide 1195 cm y debemos situar siete reproducciones. Dejamos un espacio de 150 cm a la izquierda y colocamos la primera obra, 9 cm de separación, la cartela, 55 cm de separación y la siguiente obra. Así con todas las reproducciones. Estas dos primeras tendrán las medidas habituales de 80 x 55 cm y por lo tanto irán situadas a 90 cm con respecto al suelo y el techo. La tercera y la cuarta son fotografías en horizontal, no en vertical, por lo que sus medidas son 55 x 70, con un margen inferior y superior de 102 cm. La quinta y la sexta tienen de nuevo las medidas habituales y, por lo tanto, sus márgenes son de 90 cm.

Finalmente, la séptima mide –dado su formato– 85 x 50, con 87 cm de margen arriba y abajo. Las cartelas siempre se sitúan a 95 cm del suelo, como sucede en el resto de las secciones. Tras terminar la última cartela, nos quedarían otros 150 cm de margen en el lado derecho. En la imagen 79 se puede apreciar la idea:

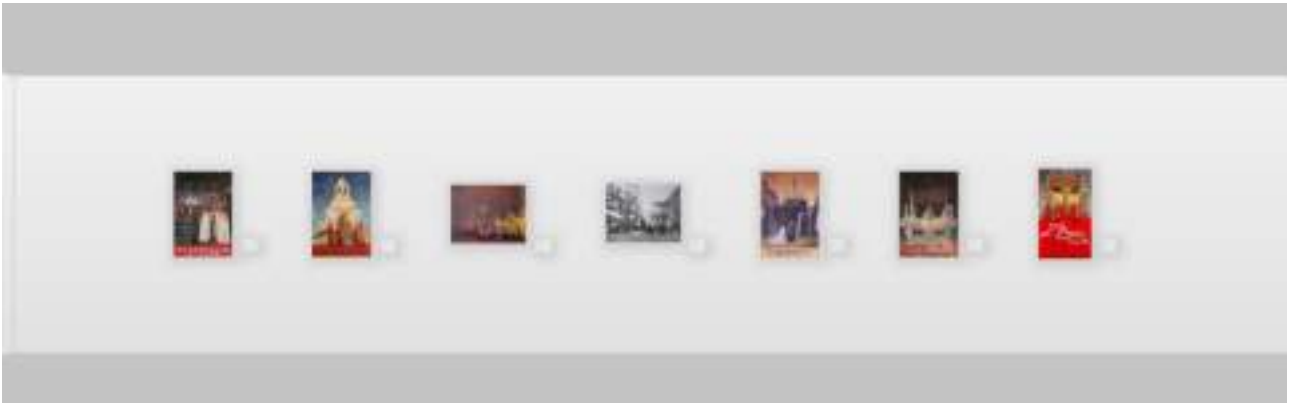


Imagen 79. Visión sección procesión, pared A2. Realización propia con People Art Factory.

Añadiendo el rótulo correspondiente (de 20 x 300 cm) a 20 cm del techo y dejando unos márgenes a ambos lados de 448 cm, deberíamos obtener este resultado (imagen 80):

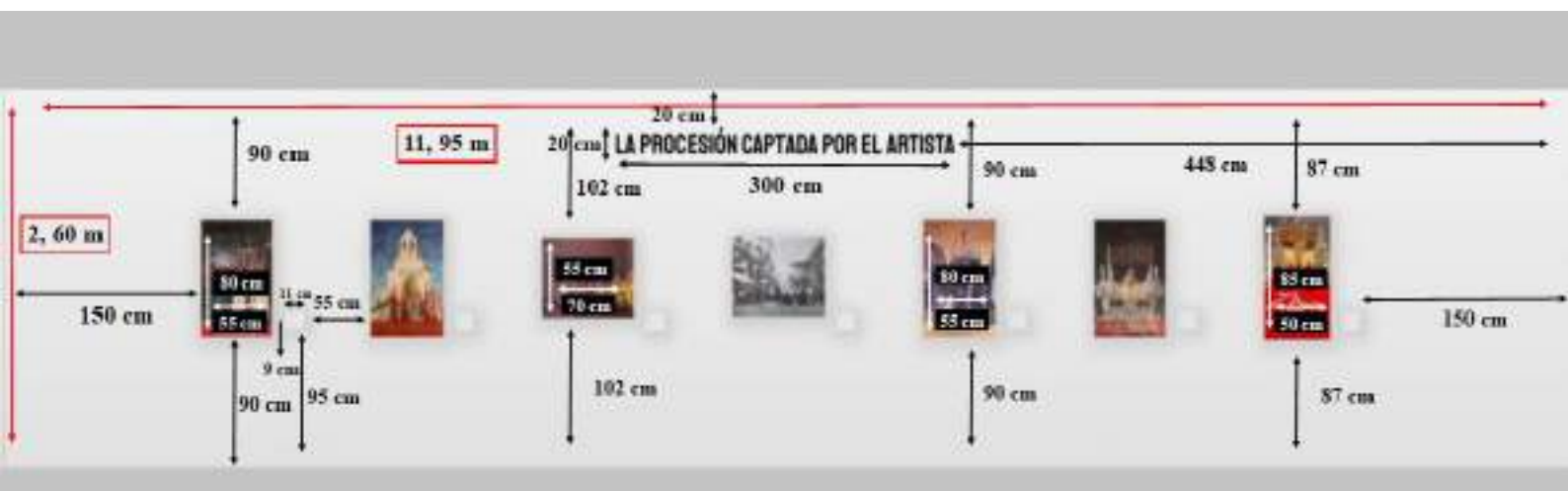


Imagen 80. Visión final pared A2 + rótulo. Realización propia con Picsart.

En la pared A1 o sección “de la procesión”, solo habrá dos reproducciones, aquellas relativas a los dos cuadros de J. Rittwagen. Estas medirán 120 x 91 cm. Tendrán 69 cm por encima y otros 69 cm por abajo, para asegurarnos de que se encuentran centradas. Se dejará en el margen izquierdo 80 cm, luego vendrá la primera obra –la de 2003–, luego un espacio de 28 cm, la segunda obra, 9 cm de separación y las dos cartelas, una encima de otra. La primera cartela tendrá un margen

inferior de 95 cm y la segunda de 115 cm. La imagen 81 muestra la vista final de esta pared y la 82 las medidas a seguir.



Imagen 81. Visión sección procesión, pared A1. Realización propia con People Art Factory.

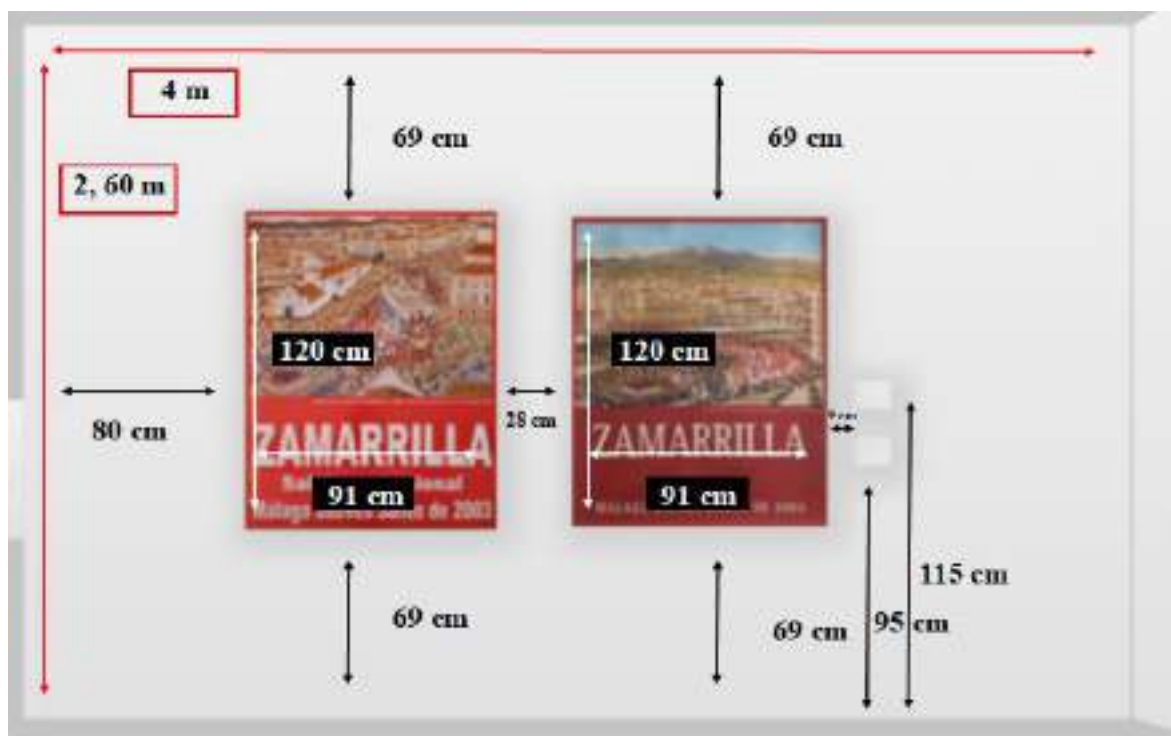


Imagen 82. Visión final pared A1. Realización propia con People Art Factory.

La sección de antecedentes o “de la Agrupación” (imagen 83) se encuentra situada en una pared de 800 cm. En ella no solo podemos ver reproducciones, también un vinilo explicativo. Por ello, la superficie se dividirá en dos. Los carteles aquí expuestos serán de menor tamaño, para diferenciarlos a simple vista de aquellos que sí son de Zamarrilla. Medirán 60 x 45 cm. En el margen izquierdo se dejará una separación de 110 cm y luego se colocará la primera obra, seguida de los 9 cm habituales de espacio entre esta y la cartelera. Entre la cartelera y la siguiente obra habrá 40 cm. Las obras se situarán con un margen tanto superior como inferior de 100 cm y las carteleras a 95 cm del suelo. Entre la última cartelera y el texto de sala habrá una separación de 40 cm.

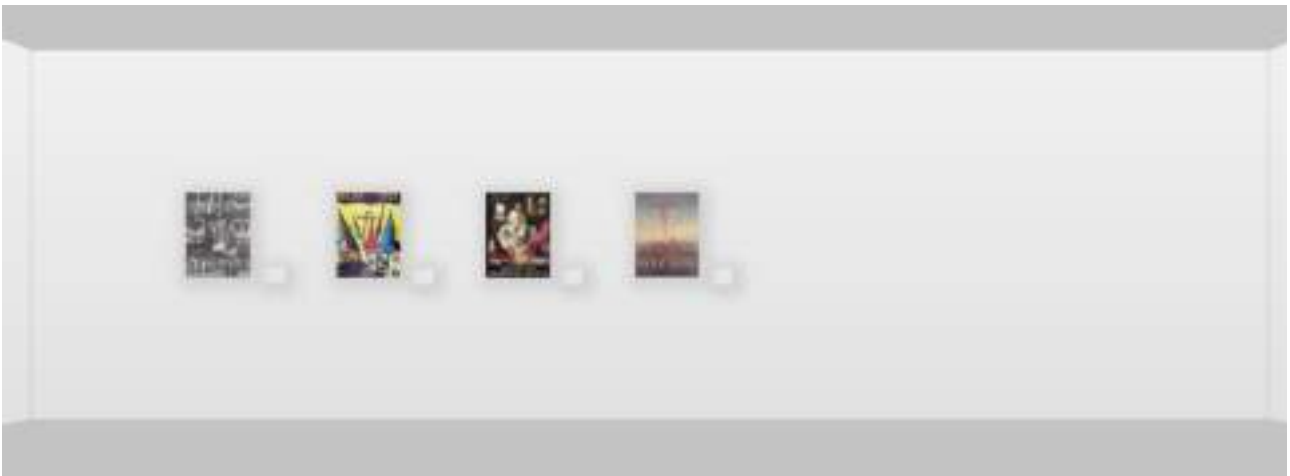


Imagen 83. Visión sección antecedentes. Realización propia con People Art Factory.

Añadidos los textos de sala con su correspondiente título dejando un margen con respecto al techo de 20 cm. Entre el texto en español y el texto en inglés habrá una separación de 20 cm (imagen 84):



Imagen 84. Visión final sección antecedentes + rótulos. Realización propia con Picsart.

En cuanto a la pared de pladur entre las columnas donde irán los originales, debemos comentar que estos no llevarán cartela de obra, pues ya se ha dado esa información en las cartelas que acompañan a sus reproducciones. Los lienzos serán ocho en total: dos enfrente de las reproducciones de carteles del Cristo, tres enfrente de las de la Virgen y tres en las de la procesión.

Los originales del Cristo serán dos: el lienzo que pintase Pepe Palma (2000) y el de Torres Matas (2004), pues consideramos que son los pintores de más relevancia dentro de los cinco que han dedicado un cartel estrictamente al titular cristífero. El original del año 2000 mide 119 x 91 cm y el del 2004 100 x 88 cm, ambas medidas incluyendo el marco. La pared, en este caso, tiene una longitud de 4,54 m. La altura es la misma que en el caso anterior. Dejaremos un margen de 100 cm a la izquierda, colocaremos la primera obra (dejando un espacio de 70 cm por encima y por debajo de esta), 75 cm de separación y la segunda obra (a 80 cm tanto del suelo como del techo), que a su vez debe quedar a 100 cm del margen derecho (imagen 85).

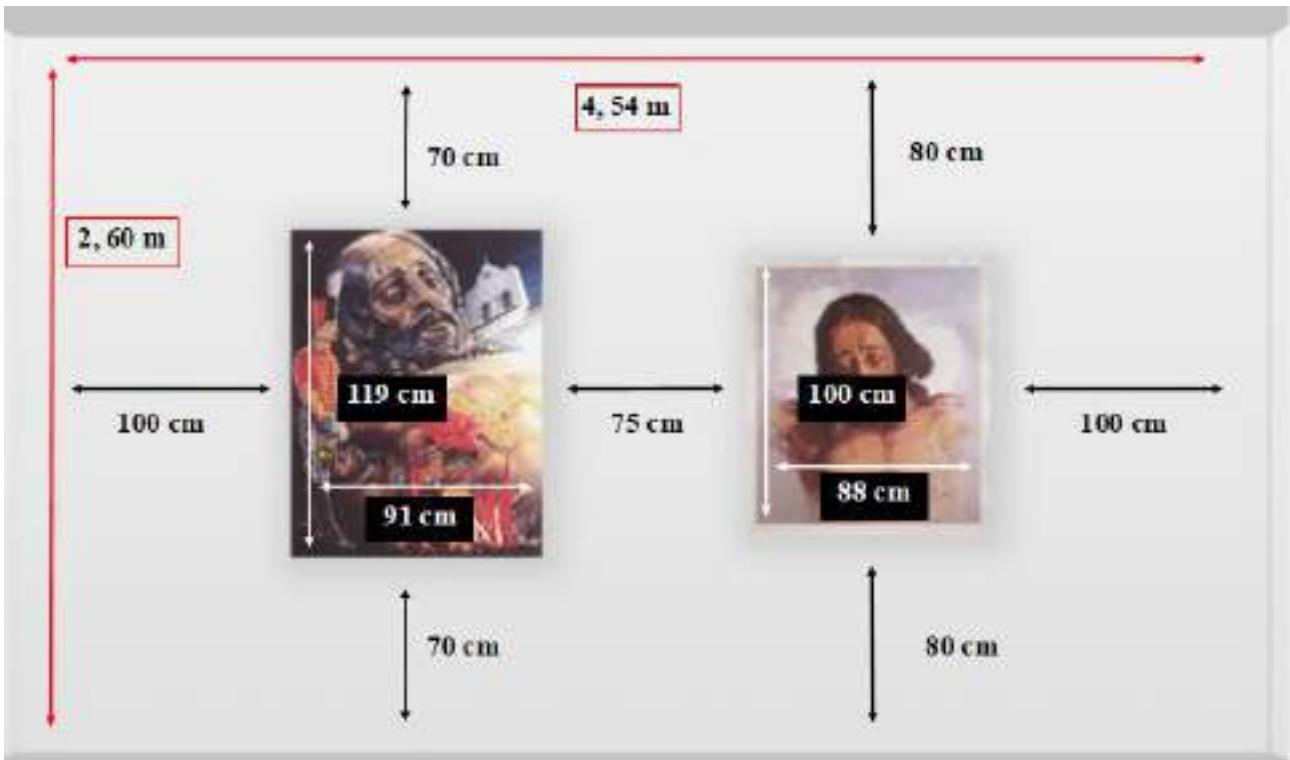


Imagen 85. Visión originales Cristo. Realización propia con People Art Factory.

Los de la Virgen serán la triada de Chicano, exponiendo los tres originales que el malagueño pintó y/o donó a la hermandad. Las medidas de estos, como es lógico, varían. El del 2002 mide – con marco– 136 x 84 cm. El de 2019, 130 x 81 y el de 2020, 152 x 102. La pared que construiremos tendrá 2,60 m de alto y 4,48 m de largo. En ella dejaremos 53 cm de margen izquierdo, colocaremos la primera obra, 38 cm de separación, la segunda obra, otros 38 cm de separación y la tercera obra, que debe quedar a 53 cm del margen derecho. La primera tendrá un margen inferior de 62 cm y superior de 61, la segunda 65 en ambos lados y la tercera 53 de inferior y 54 de superior (imagen 86).



Imagen 86. Visión originales Virgen. Realización propia con People Art Factory.

Los originales elegidos para la sección de la procesión son los dos cuadros de Jaime Díaz Rittwagen (2003 y 2005) y el de José Antonio Jiménez Muñoz (2024). La elección vuelve a basarse en la importancia de ambos artistas en el panorama artístico malagueño y, además, por la voluntad de exponer el original más reciente de la cofradía. Las medidas de ambos Rittwagen son 46 x 61 cm, mientras que el de 2024 es de 200 x 85. La pared mide 4,54 m de ancho y 2,60 m de alto. De nuevo, dejamos un margen izquierdo de 100 cm y colocamos la primera obra, con un margen inferior y superior de 107 cm, una separación de 24 cm, la siguiente obra –con un margen inferior de 29 cm y superior de 30 cm–, separación de 23 cm y la tercera obra (de nuevo a 107 cm del suelo

y del techo). Debe restarnos un margen derecho de 100 cm. En la imagen 87 podemos ver el resultado:

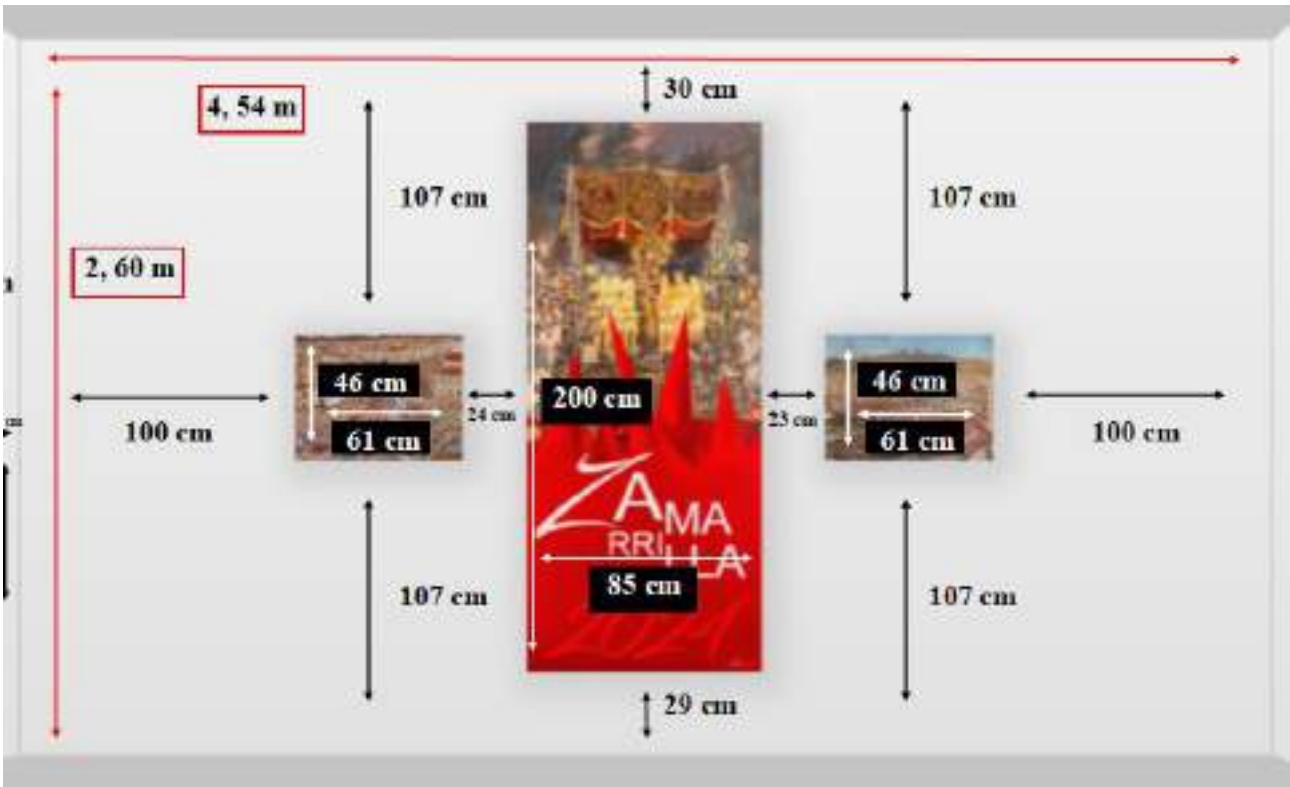


Imagen 87. Visión originales procesión. Realización propia con People Art Factory.

Por último, el texto de sala 1 irá en la segunda pared de 4,48 m. Tal como se puede ver en el plano (imagen 88) se dejará un margen de 100 cm antes de colocar el primer vinilo, a 30 cm del techo. Entre el primer y segundo textos habrá una separación de 50 cm.



Imagen 88. Visión final texto de sala 1 + medidas. Realización propia con Publisher.

5. Desmontaje

Una vez finalizada la exposición, el 20 de abril de 2025, se procederá al desmontaje de la muestra. Este proceso durará del 22 de abril al 6 de mayo. Los hermanos voluntarios que nos ayudaron en el montaje, también se encargarán de esta parte. Se volverán a guardar los originales de la manera más adecuada, como se encontraban previamente, se retirarán las cartelas y los textos de sala, se reubicarán las reproducciones dentro de la casa hermandad, se dará una capa de pintura a modo de retoque de ser necesario... La empresa que consiga el contrato para llevar a cabo la obra del pladur, será la misma que se encargue de la retirada del material. Tras esto, se limpiará el espacio y se volverán a colocar los rieles y todos los objetos musicales que había en la sala previamente, para que vuelva a estar operativa lo más rápido posible.

X. Estrategias para la accesibilidad física y cognitiva

A la hora de llevar a cabo el estudio de público, lo que más sorprende y en lo que debemos hacer hincapié es que, tanto el asistente a la Semana Santa residente como el no residente colocaron la accesibilidad como la categoría menos puntuada de todas por las que fueron preguntados. En el caso del residente la valoró con un 6,1/10 y en el caso del no residente con un 6,8/10⁵⁶. En la encuesta referente a los turistas que visitaban Málaga y la Costa del Sol, la accesibilidad para personas con discapacidad fue la categoría menos valorada de las 21 en total, con un 7,79⁵⁷. Como vemos, la accesibilidad es algo que todavía necesita mejorarse tanto en el ámbito cofrade como en el museístico. Si bien es cierto que algunas cofradías tratan de hacer sus desfiles procesionales más accesibles instaurando puntos de su recorrido para que personas con sensibilidad auditiva puedan acercarse a disfrutar en esos lugares⁵⁸, esto aún no es suficiente. Igual ocurre con los museos, mientras las posibilidades para instaurar la accesibilidad también son múltiples, solo existen cuatro en todo el territorio nacional que sean verdaderamente accesibles para todo el mundo.

Los requisitos que deben cumplir los museos para conseguir el mayor nivel de accesibilidad (certificación de accesibilidad universal UNE 170001 según la Asociación Española de Normalización y Certificación) –de acuerdo a lo visto en las clases del máster– son: presentar la información en diferentes idiomas, contar con personal preparado, desarrollar una museografía

⁵⁶ El dato mencionado se encuentra en la página 126 de (2024), *Observatorio turístico 2023. Málaga Costa del Sol*, Diputación Provincial de Málaga, Málaga.

⁵⁷ Puede consultar estos datos en las páginas 41 y 61 de ALCÁZAR MARTÍNEZ, B. de, GONZÁLEZ ROBLES, E. M. *et alii* (2023), *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes de la Semana Santa de Málaga 2023*, Cátedra de Estudios Cofrades-Fundación Lágrimas y Favores-Universidad de Málaga, Málaga.

⁵⁸ Es el caso de la Cofradía de la Pollinica desde la calle puerta Buenaventura a la plaza del Teatro, la Cofradía del Calvario, que hace lo propio a partir del número 64 de calle Victoria hasta el final de esta o la Cofradía de la Misericordia, desde el final de calle Ancha del Carmen hasta el pasaje de Linaje.

accesible, tener cartelas adaptadas, recorridos táctiles (reproducciones, maquetas, planos en relieve, textos en Braille y *termoform*, texturas....), guías o audioguías adaptadas, dispositivos de bucle de inducción magnética⁵⁹, planes de evacuación que contemplan las necesidades de las personas con movilidad reducida, automatización de puertas, desarrollar visitas sensoriales, visitas, actos y conferencias en lengua de signos y visitas virtuales, así como contar con una página web accesible. Todos estos requisitos permitirían a la institución cumplir con las necesidades correspondientes a la accesibilidad física, cognitiva, visual y auditiva.

Para nuestro proyecto, no podemos hacer todas las mejoras en materia de accesibilidad que quisiéramos, ya que se trata de un edificio ya construido, con sus pros y sus contras y no disponemos de un presupuesto ni espacio infinitos para actuar a voluntad. No obstante, sí hay algunos factores que incluimos a continuación para que *Una rosa y un milagro* sea más accesible tanto física como cognitivamente. En cuanto a la primera:

1. Para personas con movilidad reducida contamos con rampas, accesos cómodos y zonas de descanso.
2. Para personas ciegas se emplearán audios descriptivos que explican lo que se ve en el cartel. Para acceder a dichos audios, se creará un QR que dirija al interesado a la web en los que se suban estos. Como ejemplo, queremos mostrar qué diría dicho audio sobre el cartel de 2023, el último de la sección del Cristo:

El cartel de 2023; *Amargura de una madre* es obra del pintor Juan Francisco Montoya García. En este óleo sobre madera de 160 x 102 cm aparecen la Amargura y los Milagros, acompañados por el cielo nocturno. La madre junto a su hijo en la noche del Jueves Santo. La Virgen no porta sus tradicionales colores, sino que va ataviada de luto y presenta una rosa blanca. El cuadro representa la expresión de un sentimiento del autor. Una serie de recuerdos de la infancia plasmados en una imagen, la de los Sagrados Titulares durante su exposición en la ermita de Zamarrilla un Viernes Santo, donde M^a. Stma. de la Amargura, de riguroso luto llora a su hijo muerto que yace a sus pies tendido en la cruz. Esa estampa causa desde siempre una gran impresión en el autor, de ahí que cuando recibe el encargo de pintar el cartel, automáticamente el cuadro se pinta solo en su mente. El Señor muerto, visto desde una perspectiva tendida-frontal apoya su cabeza a la altura del vientre de su Madre que lo acoge a modo de sagrario divino, reforzando así el vínculo Madre-Hijo. La Virgen con la mirada alzada hacia el cielo abre sus brazos clamando a Dios por la muerte de su hijo con un fondo de nubes negras y tinieblas que refuerzan ese momento triste y trágico. Ambas figuras se encuentran encuadradas a modo imaginario en una forma geométrica rectangular, siendo el centro de dicha figura el halo que emerge de la cabeza de Jesús y que invita al espectador a dirigir ahí su mirada. El cuadro se completa con la leyenda Zamarrilla en la parte superior y Málaga 2023 en la parte inferior. Todo el conjunto se encuentra a su vez enmarcado en un rectángulo que acota la escena.

⁵⁹ Sistema auxiliar que reduce el ruido de fondo para que no cause interferencia a los audífonos.

En la parte trasera del mismo figura la leyenda siguiente: “Con todo mi cariño y agradecimiento a la Hermandad que tanto quiero”, además del título de la obra “Amargura de una madre”, el nombre del autor “Juan Francisco Montoya García”.

La fecha de finalización del cuadro, inscrita en la trasera del mismo, el año es 2023, escrito en números romanos. Para ir acorde a la estética, se representa un cielo tormentoso, el marco es negro y la cenefa y el texto morados.

3. Para personas sordas se desarrollará un código QR que, al ser escaneado, permitirá el acceso a un vídeo realizado por un intérprete de LSE explicando el cartel en cuestión. Estos vídeos también se encontrarán alojados en la web que habilitemos para la accesibilidad del proyecto. Consideramos buena idea que, para poder llevar a cabo esta estrategia, nos pongamos en contacto con voluntarios o alumnos de academias especializadas –como puede ser el caso de la SFSM (Sociedad Federada de Personas Sordas de Málaga)– a modo de prácticas.

4. Otras estrategias con las que contamos son:

- Accesos sin barreras arquitectónicas.
- Ascensores accesibles y amplios.
- Préstamo gratuito de lupas de aumento.
- Se permitirá el acceso con perros guía y perros de asistencia.
- Se permitirá el acceso con carritos de bebé.

En cuanto a la accesibilidad cognitiva, los aspectos que hemos añadido son:

1. Uso de pictogramas para favorecer la comprensión de la exposición por parte de personas (niños y adultos) que puedan presentar una discapacidad intelectual. No nos centraremos en la explicación en particular de cada cartel, pues estos en sí ya son imágenes, estímulos visuales, sino que explicaremos la exposición (de qué se trata o qué se puede ver en ella) de una manera simple y sencilla. Los pictogramas de la imagen 89 pueden servirnos para dicho fin. Estos podrían entenderse como: una exposición (pictograma 1) sobre carteles (pictograma 2) de Semana Santa (pictograma 3) en la que hay cuadros (pictograma 4) en los que aparecen Cristo (pictograma 5) y la Virgen (pictograma 6), obra de distintos pintores (pictograma 7). Estos pictogramas estarán a disposición de aquel que los necesite al inicio de la exposición y bastará con comunicárselo al hermano o hermana voluntario en ese momento para obtenerlos.



Imagen 89. Pictogramas explicativos. Obtenidos de la web ARASAC.

2. A pesar de ser una exposición cofrade, hemos optado por no incluir estímulos auditivos (marchas procesionales) durante el transcurso de esta, para facilitar la atención en casos de hipersensibilidad auditiva –que puede estar presente en algunos trastornos del neurodesarrollo–.

3. Para personas con deficiencia intelectual (y/o pocos conocimientos del idioma): implantaremos una estrategia de lectura fácil, consistente en elaborar unos textos con lenguaje que intente obviar los tecnicismos y las palabras complicadas. Estos textos pueden darse mediante códigos QR o facilitando un pequeño cuadernillo al inicio de la exposición. Si nos decantamos por la primera opción, podríamos añadir en las cartelas unos números. La información de los códigos QR estará organizada según esos números, para que el visitante no tenga que escanear códigos en cada nueva obra. No se adjunta un ejemplo porque consideramos que es una actividad que deben llevar a cabo profesionales de las áreas de terapia ocupacional y/o psicología o estudiantes de dichas carreras, con más formación en un campo de tanta importancia y dificultad. Por ello, de realizarse el proyecto, contactaríamos con alumnos del grado de psicología y terapia ocupacional de la UMA, para que puedan realizar sus prácticas con nosotros, encargándose de este tipo de actividades.

4. Visitas adaptadas a las necesidades específicas de personas con diversidad funcional, previa petición y actividades para niños con autismo acompañados de sus familias o adultos responsables. De nuevo, los encargados de llevarlas a cabo serían los alumnos de los grados de psicología y

terapia ocupacional de la UMA, mucho más cualificados y formados para llevar a cabo estas actividades.

Por último, hemos detallado otra propuesta que queremos denominar “accesibilidad lingüística”. Si bien sabemos que esta categoría no encaja del todo en este apartado (pues es un apartado dedicado a las personas con alguna necesidad especial física o cognitiva), nos gustaría explicar cómo trataremos de hacer comprensible nuestra exposición para los extranjeros:

1. Para todos aquellos extranjeros que quieran visitar nuestra exposición, hemos planteado la posibilidad de colaboración con la Universidad de Málaga y la Escuela Oficial de Idiomas (EOI). Así, los estudiantes de la primera podrían realizar sus prácticas con nosotros, traduciendo textos y haciendo visitas guiadas para grupos en distintos idiomas como inglés o francés; y los estudiantes de la segunda podrían practicar los conocimientos aprendidos de forma voluntaria, llevando a cabo las mismas actividades, en idiomas que se enseñen en dicha institución como el alemán, el italiano, el árabe, el chino, etc. Esto también se aplicaría con asociaciones que se encargan de acoger a personas inmigrantes, que podrían venir y ser guiados por alumnos de la EOI de Málaga.

XI. Difusión

1. Actividades de difusión y publicidad

Las acciones de difusión y publicidad deben ir destinadas a 1. afianzar al público joven residente y a los hermanos de la cofradía, pues estimamos que serán los grupos más propensos a acudir a la exposición; 2. llamar la atención de los residentes de más edad que no consumen Semana Santa; 3. atraer a turistas que vienen de vacaciones y buscan experimentar las tradiciones del lugar; y 4. poder llegar al “no público real” (enfermos en hospitales, niños, personas que vivan muy lejos...). Para conseguirlo se han diseñado una serie de acciones y estrategias a llevar a cabo para publicitar la exposición, resumidas en los siguientes puntos, según su comienzo.

1. Redes Sociales. Una de las estrategias más fáciles de poner en marcha, que puede llegar a más gente y de forma gratuita es la publicitación del proyecto *Una rosa y un milagro* en redes sociales. Además, si tomamos como referencia el estudio de público realizado previamente, el 90% de los turistas que llegan a Málaga y su provincia son usuarios de estas, un factor a tener en cuenta para promocionarnos entre el público no residente. Para ello, se abrirán perfiles en las distintas redes sociales más utilizadas en la actualidad: Facebook, Instagram, X (anteriormente Twitter) y

Tiktok. El contenido que se suba a estos perfiles puede variar desde el folleto promocional a vídeos exclusivos acerca del montaje, fotos de las obras, explicaciones de estas... También podemos incluir información en otros idiomas como el inglés o el francés para tener impacto entre los turistas no hispanohablantes.

No solo esto, sino que podemos promocionarnos también en los perfiles oficiales de la cofradía por medio de *posts*, *tweets*, *retweets* y publicaciones propias de Zamarrilla y/o la Agrupación de Cofradías anunciando *Una rosa y un milagro*.

También, para darnos a conocer por la juventud, nos pondremos en contacto con los encargados de llevar las redes sociales de las facultades de la Universidad de Málaga para que promocionen por medio de un *post*, un *tiktok* o un *tweet* el proyecto.

Por último, si bien no contamos con los medios que poseen los grandes museos, nos gustaría poder llegar incluso a aquellos que, por algún motivo, no puedan estar presentes físicamente en la exposición (enfermos ingresados en hospitales, ancianos en residencias, personas que vivan en lugares muy remotos, etc.), el “no público real” que mencionamos al inicio de este apartado. Para llegar a estos colectivos, las redes sociales son una manera fácil, rápida y segura. Por ello, el contenido que se suba a estas debe ser –como se ha explicado– variado y detallado, para que el público pueda acceder a él desde donde quiera.

Toda la campaña en las redes sociales propias del proyecto puede empezar desde el mismo momento en el que se apruebe *Una rosa y un milagro*, pues, entre otros aspectos, está concebida a modo de diario para que quede registrado el proceso de montaje. En cuanto a los perfiles oficiales de la hermandad, de la Agrupación y de la UMA, nos gustaría que comenzasen su campaña de difusión un mes antes de que se inaugure el proyecto. Esto es el 5 de febrero de 2025. A partir de ese momento, una vez a la semana desde el 5 de febrero al 5 de marzo, podrían poner un *tweet* o un *post* relacionado con la exposición, para que la acción publicitaria sea efectiva, pero sin llegar a cansar al usuario de redes. En las imágenes 90 y 91 podemos ver un ejemplo del perfil de Instagram del proyecto y una publicación en dicha red social:



Imagen 90. Vista hipotética del perfil de Instagram de *Una rosa y un milagro*. Realización propia.



Imagen 91. Vista hipotética de un *post* en Instagram. Realización propia.

2. Folletos y carteles publicitarios. Se diseñará una imagen con los datos básicos de la exposición que, además de ser subida en los perfiles de redes sociales, se adaptará al formato cartel y al de folleto y se repartirá por el barrio. Los carteles que preparemos pueden ser colocados en distintos comercios trinitarios para que la información pueda llegar a los vecinos, así como los folletos pueden repartirse por los buzones de la barriada. También, se colocarán los carteles en los tabloneros de anuncios de las facultades de Málaga, así como de algunos colegios e institutos y en los de autobuses pertenecientes a la Empresa Malagueña de Transportes (EMT). De esta manera, nos aseguramos llegar al público más joven, pero también a otros rangos de edad que acudan a los negocios del barrio, formen parte de la comunidad universitaria/educativa o sean usuarios de la EMT, incluso a turistas. Tanto los folletos como los carteles empezarán a distribuirse tres semanas antes del comienzo de la exposición, es decir, el 12 de febrero de 2025.

La imagen para dar dicha publicidad está inspirada en el arte pop y en las obras de Andy Warhol. Toma una serie de imágenes de los titulares de la cofradía y las hace llamativas a través de la repetición y los colores fuertes y contrastados. Las letras se encuentran en blanco para poder ser

leídas con facilidad, en dos tamaños y dos tipografías distintas para hacer la imagen visualmente más atractiva. Contiene el título del proyecto y una brevísima descripción de este. El resto de los datos se añadirán posteriormente de diversas maneras según el formato al que se quiera pasar la imagen, ya sea folleto, cartel o incluso pegatina. El folleto, en formato díptico, ofrecerá la siguiente información: fecha, lugar, gratuidad de la entrada a la exposición, así como teléfono y dirección web de la cofradía y redes sociales del proyecto. En el cartel solamente se incluirá la fecha, el lugar y la gratuidad de la entrada. A continuación, presentamos la imagen escogida (92), adaptada a versión folleto (93) y a versión cartel (94). Las imágenes 95 y 96 son *mockups* de cómo se vería el cartel por la calle.



Imagen 92. Imagen oficial para promocionar el proyecto. Realización propia con Picsart.



Imagen 93. Folleto. Realización propia con Canva.



Imagen 94. Cartel. Realización propia con Picsart.



Imagen 95. Simulación del cartel en la calle 1.
Realización propia con Canva.



Imagen 96. Simulación del cartel en la calle 2.
Realización propia con Canva

3. Pegatinas. Estos elementos, situados en sitios estratégicos, como buzones, farolas, esquinas o cerca de grafitis, captan la atención del público. Son muchos los ejemplos de grupos y asociaciones que se promocionan empleándolas. Algunas personas incluso las consideran como una muestra más del arte urbano, les toman fotos y las comparten en sus redes sociales, dando publicidad gratis y desinteresada. Algunos ejemplos los podemos ver en las siguientes imágenes (97, 98, 99 y 100) tomadas en calles de Nueva York, Sevilla y Copenhague:



Imagen 97. Buzón recubierto de pegatinas en una calle de Nueva York. Imagen propia.



Imagen 98. Pegatinas en una calle de Sevilla. Imagen propia.



Imagen 99. Pegatinas del célebre grupo Califato ¾ en una calle de Sevilla. Imagen propia.



Imagen 100. Elemento urbano recubierto de pegatinas en Christiania, Copenhague. Imagen propia.

Realizaremos una versión adaptada al formato *sticker* de la imagen decidida para promocionar *Una rosa y un milagro* (imagen 101), que contenga el menor texto posible y que aun así sirva al viandante para conocer el proyecto. Empezaremos a colocarlas quedando una semana y media para la inauguración, de manera escalonada con respecto a los carteles y folletos, o lo que es lo mismo, el 21 de febrero de 2025. No habrá sitios estipulados. Los principales focos para colocarlas serán La Trinidad, El Perchel y el centro de la ciudad, pero no descartamos usar las restantes por otros barrios también de gran tradición cofrade como La Victoria o Capuchinos.



Imagen 101. Pegatinas de *Una rosa y un milagro*. Realización propia a partir de Picsart y Mockup Bro.

4. Comunicado de la cofradía. Los hermanos de Zamarrilla son, junto a los jóvenes, el grupo más propenso a asistir a la exposición y aquel al que esta está dirigida. Para llegar a ellos se buscará que la hermandad envíe un aviso especial, como hace cada vez que hay que anunciar algo relevante. Este es enviado por correo electrónico y llega a todos los zamarrilleros, lo que supone una vía rápida, efectiva y sin costo para promocionar el proyecto. Este comunicado se enviará una semana antes de que se inaugure la exposición, es decir, el 26 de febrero de 2025. A continuación, dejamos un ejemplo de lo que podría decir el comunicado, tomando como modelo los existentes:

Querido/a hermano/a:

Como bien sabes, la Cofradía tiene programado dentro de sus actos de Cuaresma la inauguración de una exposición temporal que recoge la cartelería anunciante de nuestra salida de cada año del Jueves Santo, desde sus inicios hasta el pasado año 2024. La exposición comenzará el 5 de marzo y se prolongará hasta el 20 de abril y tendrá lugar en la tercera planta de nuestra Casa Hermandad. La entrada es gratuita.

Con este evento nos proponemos darte a conocer el patrimonio artístico de la Hermandad, que es tan tuyo como de los demás hermanos. Así como llevar a cabo una tipología expositiva poco frecuente en la ciudad,

situándonos siempre a la vanguardia de la Málaga cofrade.

Nos dirigimos a ti con el propósito de recordarte la oportunidad que se presenta para tener un momento de convivencia y reunión entre hermanos previa a la estación de penitencia, donde nos gustaría contar contigo.

Te agradecemos de antemano por considerar esta posibilidad, y por el continuo apoyo a esta corporación nazarena. Juntos, podemos seguir construyendo un futuro más próspero para todos.

Recibe un afectuoso saludo.

Salvador González Arlandi

Secretario



5. Colaboración con la Asociación de Vecinos Trinidad-Centro y difusión en el barrio de La Trinidad. Se puede contactar con la Asociación de Vecinos Trinidad-Centro para que colaboren con esta exposición que, al fin y al cabo, se centra en el patrimonio de una cofradía trinitaria y tendrá lugar en un edificio del barrio. Además, queremos que La Trinidad sea el centro de una estrategia algo más llamativa y original. Para ello, seguiremos el ejemplo del *street marketing*⁶⁰ de la National Gallery de Londres en 2007. Esta institución colocó reproducciones de obras destacadas del museo acompañadas de su cartela correspondiente en los barrios de Piccadilly, Soho y Covent Garden, con el objetivo de que las obras fuesen al encuentro de la gente y animasen a los viandantes a entrar al museo para poder admirarlas⁶¹. En nuestro caso, colocaremos en distintas paredes de las calles del barrio la reproducción de alguna de las obras que expone *Una rosa y un milagro*. Esta reproducción irá acompañada de una cartela y un marco, simulando la pared de un auténtico museo. Para completar el conjunto, se colocará uno de los folletos para que la gente sepa a dónde acudir si quiere ver más o si están interesados (imagen 102). Esta acción se llevará a cabo una vez se haya inaugurado la exposición, a los dos o tres días. La idea es que, si al público le gusta lo que ve, pueda dirigirse en ese preciso instante a Zamarrilla y entrar. Empezaremos nuestro “museo callejero” el 10 de marzo de 2025.

60 Descrito por Mateos Rusillo como todas aquellas acciones publicitarias o comunicativas que se desarrollan directamente en la calle mediante técnicas no controladas por las compañías de medios para conseguir impactar en los consumidores de forma inesperada y original. MATEOS RUSILLO, S. M. (2012), 114.

61 MATEOS RUSILLO, S. M. (2012), 114.



Imagen 102. *Sketch* del “museo callejero”. Realización propia con Canva, Landing y Picsart.

A su vez, en el barrio de La Trinidad se encuentran el Hospital Civil y el Centro de Salud Trinidad Jesús Cautivo. Podemos contactar con ambos centros para organizar una visita a los enfermos y llevar reproducciones de los carteles. La actividad no consistiría simplemente en mirar, sino que cada pieza sería explicada por los participantes de la cofradía, para que así los ingresados puedan conocer detalles de cada obra.

Esto mismo puede replicarse en el Centro de Día de Mayores Málaga-Trinidad. Los ancianos que acuden a este, si bien no están allí ingresados de manera permanente (por lo que se considerarían “no público”, en lugar de “no público real”), no suelen realizar actividades fuera del establecimiento. Podríamos contactar con la institución para organizar una excursión, es decir, una visita presencial a la exposición. Otra opción es llevar a cabo en el lugar la misma actividad que en el hospital y el centro de salud. Debemos recordar que el “no público” es en realidad un visitante potencial y, por ello, debemos atraerlo.

Los niños también forman parte de este grupo, por lo que, aprovechando que al lado de Zamarrilla se encuentra el CEIP Bergamín, se puede organizar con el centro otra excursión para que vengan sus alumnos.

Tanto las excursiones como las visitas a los mencionados centros se llevarán a cabo una vez inaugurada la exposición. La fecha se concretará con las diferentes instituciones a partir del 5 de

marzo de 2025, por lo que no se indica ninguna en este apartado. Serán voluntarios de la hermandad los que ayuden a llevar a cabo dichas actividades.

2. Merchandising

Hemos querido proveer al visitante de una serie de recuerdos y *merchandising* conmemorativo de la exposición. Estarán expuestos en la habitual vitrina que tiene la hermandad (imagen 103). Junto a las pulseras, las estampitas, los rosarios y los pines tradicionales, el visitante también encontrará productos relacionados con la exposición en la entrada/salida de esta (imagen 104). La venta la gestionará un hermano o hermana de la cofradía.



Imagen 103. Vitrina de la hermandad. Imagen proporcionada por Enrique Moyano.



Imagen 104. Plano ubicación de vitrina. Realización propia con Publisher.

A continuación, una lista de material a la venta:

- Carteles: al tratarse de una exposición de cartelería, nos resulta lógico que el visitante pueda adquirir copias de los mismos a un precio simbólico. Normalmente, estos suelen ser gratis, por lo que el cartel de 2025 (que no forma parte de la exposición) sí se podrá conseguir sin coste alguno. Los demás podrán comprarse por el mínimo precio de 50 céntimos la unidad.

De esta manera podremos recaudar una cierta cantidad destinada a abaratar los gastos de realización de la exposición y la hermandad podrá dar salida a el stock sobrante que posee.

- Marcapáginas: a un euro la unidad, habrá hasta ocho tipos (imagen 105), basados en algunos de los carteles expuestos. Medirán 6 x 17 cm y estarán hechos en papel de 200 gramos de gramaje, sin acabado. Los haremos con la empresa 360Imprimir.



Imagen 105. Colección de marcapáginas. Creación propia con VistaPrint.

- Camisetas: habrá tres modelos, uno con un cartel del Cristo, otro con la imagen que representa a la exposición y otro con un cartel de la Virgen. Los tres modelos podrán encontrarse en negro y en blanco. Costarán 20 euros. Se encargará de hacerlas la empresa VistaPrint. Para no aumentar el coste de la exposición al producirlas, presencialmente habrá una de cada modelo para que el visitante o el hermano puedan apreciarla en persona. Todo aquel interesado en adquirir una podrá apuntarse en una lista especificando la talla, el modelo y el color. Se hará un pedido conjunto de todas las camisetas, para asegurarnos de que no sobre stock una vez terminado el proyecto (imágenes 106, 107, 108, 109, 110 y 111).



Imagen 106. Camiseta negra Cristo. Realización propia.



Imagen 107. Camiseta blanca Cristo. Realización propia.



Imagen 108. Camiseta negra oficial proyecto. Realización propia.



Imagen 109. Camiseta blanca oficial proyecto. Realización propia.



Imagen 110. Camiseta negra Virgen. Realización propia.



Imagen 111. Camiseta blanca Virgen. Realización propia.

- Carcasas de móvil: a 11 euros la unidad. Las fabricará la empresa Printful y en un principio habrá 50 unidades. De ser mayor la demandad que la oferta, los interesados deberán apuntarse en una lista si quieren hacerse con una. En esta deberán indicar el modelo de móvil y el de carcasa que prefieren (imagen 112).

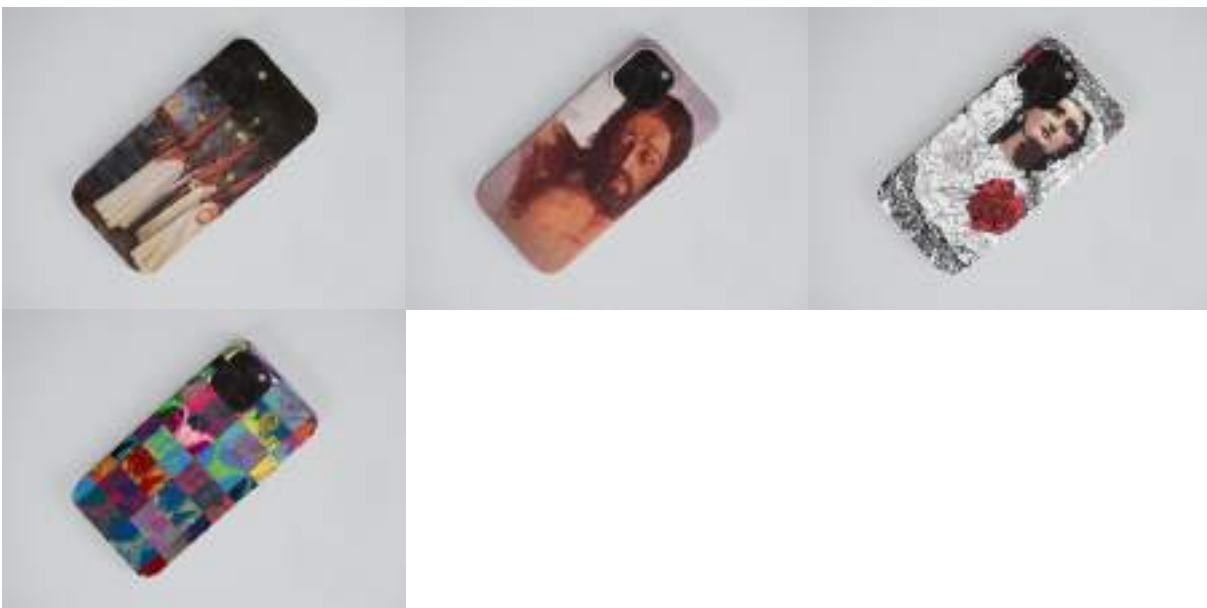


Imagen 112. Carcasas de móvil. Realización propia con MockUp Bro.

- Imán: se hará un modelo de imán, inspirado en el cartel de la exposición. Costará 3,5 euros. Se encargará la empresa 360Imprimir (imagen 113).



Imagen 113. Imán. Realización propia con Placeit.

- Tazas: se harán con la imagen de la exposición y costarán 6 euros. Las fabricará Pixartprinting (imágenes 114 y 115).



Imagen 114. Taza. Realización propia con Canva.



Imagen 115. Modelo con taza. Realización propia con Canva.

- Pulsera: se llevará a cabo el diseño de una pulsera de tela al estilo de las cofrades. Estará realizada en poliéster por medio de impresión digital y medirá 36 x 1,5 cm. Se pedirá un pack de 500. La fabricación correrá a cargo de la empresa SuperPulsera. Se venderán a 1 euro, como el resto de las pulseras cofrades (imagen 116).

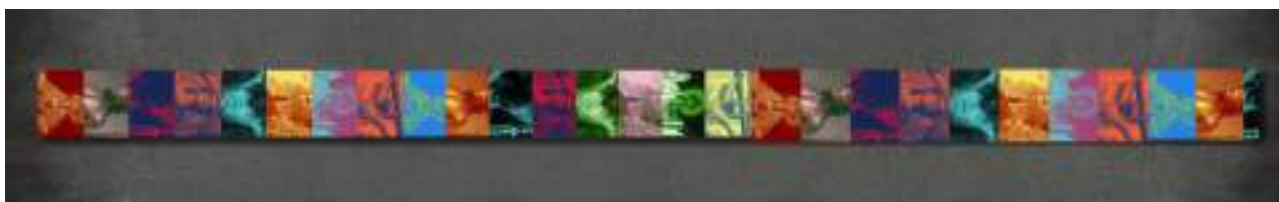


Imagen 116. Pulsera cofrade. Realización propia con SuperPulsera.

XII. Cronograma

Acción	Inicio	Duración
Investigación previa al proyecto	Marzo de 2024	Un mes y medio
Campaña en redes sociales propias	Abril de 2024	Hasta final de proyecto, incluido desmontaje
Selección de obras	Abril de 2024	Una semana
Pedir permisos para la reproducción de obras y su uso en la exposición	Mayo de 2024	Tres semanas
Delimitación del concepto de la exposición (museología)	Junio de 2024	Dos semanas
Diseño de la exposición (museografía)	Junio de 2024	Un mes y medio
Encargo de las reproducciones de las obras	Septiembre de 2024	Un mes y medio
Encargo de material de difusión (carteles, folletos y pegatinas), cartelas, rótulos y textos de sala	Octubre de 2024	Tres semanas

Encargo de material de <i>merchandising</i>	Noviembre de 2024	Un mes
Obra para colocación del pladur	15 de enero de 2025	Un mes
Inicio de difusión en redes sociales de la cofradía, la Agrupación de Cofradías, la UMA...	5 de febrero de 2025	Desde la fecha de inicio al 20 de abril de 2025
Distribución de folletos y carteles	12 de febrero de 2025	Desde la fecha de inicio al 20 de abril de 2025
Pintar la sala	21 de febrero de 2025	Cinco días, hasta el 25 de febrero incluido
Distribución de pegatinas	21 de febrero de 2025	Desde la fecha de inicio al 20 de abril de 2025
Montaje de la exposición	26 de febrero de 2025	Una semana, hasta el 4 de marzo incluido
Comunicado de la cofradía a sus hermanos	26 de febrero de 2025	Una única vez, un día
Inauguración	5 de marzo de 2025	Desde la fecha de inicio al 20 de abril de 2025
Excursiones y visitas de instituciones	A partir del 5 de marzo de 2025, a concretar con dichas instituciones.	Desde la fecha de inicio al 20 de abril de 2025
Difusión con el museo callejero	10 de marzo de 2025	Desde la fecha de inicio al 20 de abril de 2025
Fin de la exposición	20 de abril de 2025	Un día
Desmontaje de la exposición	22 de abril de 2025	Dos semanas, hasta el 6 de mayo incluido

XIII. Presupuesto

A continuación, se adjunta una lista con los gastos del proceso de realización de *Una rosa y un milagro*.

Para el montaje:

Concepto	Empresa	Coste unitario	N.º de unidades	Coste total
Pladur (material, montaje y desmontaje)	Contrato a adjudicar		135,044 m ²	4388,93 ⁶²
Reproducción de obras ⁶³	Pixartprinting		30	429,65
Seguro de obras	Contrato a adjudicar			350
Cartelas	Último Diseño	11	30	330
Vinilos de sala	Último Diseño		6	550
Alcayatas	Leroy Merlin	7,56	4	30,24
Hembrillas cerradas	Leroy Merlin	7,16	4	28,64
Anclaje antirrobo Flex Hang M4	SIT	5,95	4	23,80
Destornillador flexible de 45 cm con manga magnética M4	SIT	40,34	1	40,34
No más clavos	Bauhaus	8,99	1	8,99
Cinta de doble cara	Leroy Merlin	7,49	1	7,49

⁶² Esta cantidad es una estimación. En el mercado nacional el precio medio de un m² de pladur es de entre 25/40 €. Así pues, calculamos los metros cuadrados de pladur que construiríamos, lo multiplicamos por 25 y por 40, sumamos las dos cantidades y las dividimos por la mitad para obtener el precio medio. Datos obtenidos en la web Cronoshare: <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/hacer-pared-pladur>.

⁶³ Al pertenecer las obras a la hermandad, no es necesario abonar ninguna cantidad por los derechos de reproducción. Lo mismo sucede con aquellas que pertenecen a la Agrupación de Cofradías, institución que nos ha cedido dichos derechos.

Para la difusión:

Concepto	Empresa	Coste unitario	N.º de unidades	Coste total
Carteles	Pixartprinting		50	61,58
Folletos	Pixartprinting		2500	49,50
Pegatinas	360Imprimir		250	9,12

Para el *merchandising*:

Concepto	Empresa	Coste unitario	N.º de unidades	Coste total
Camisetas	Vistaprint	17,99	10	179,90
Tazas	Pixartprinting		50	149,75
Pulseras	SuperPulsera		500	200
Imanes	360Imprimir		100	22,61
Carcasas	Printful	9,76	50	488
Marcapáginas	360Imprimir		500	29,87

Otros:

Concepto	Empresa	Coste unitario	N.º de unidades	Coste total
Comisariado				2000
Limpieza	A cargo de la hermandad			
Iluminación/Suministro de luz	A cargo de la hermandad			
Seguridad	A cargo de la hermandad			

El coste total de este proyecto sería 9328,41 €.

Si bien los gastos son fijos, los ingresos pueden variar, dependiendo de cuánto se venda. Como no podemos predecirlo con exactitud, hemos querido aportar una serie de estimaciones. De venderse el 100% de los artículos, obtendríamos los siguientes ingresos:

- Camisetas: 200 € (inicialmente, no incluye el beneficio del segundo pedido).
- Tazas: 300 €.
- Pulseras: 500 €.

- Carcasas: 550 €.
- Imanes: 350 €.
- Marcapáginas: 500 €.

Total: 2400 €.

Estos ingresos no incluyen los que se obtendría si se hiciera un pedido más grande de camisetas o al vender posters de otros años a 0,50 €.

Por otro lado, como no podemos controlar lo que se comprará y lo que no, presentamos una serie de estimaciones acerca de cuánto podríamos ingresar en diferentes escenarios: de vender el 70 % de las unidades de cada artículo, nuestros ingresos serían de 1680 €, si vendiésemos el 50 %, serían de 1200 €, y si se comprara el 30 %, serían de 720 €.

	Gastos	Ingresos	Diferencia
Caso 1 (venta del 100 %)	9328,41 €	2400 €	6928,41 €
Caso 2 (70 %)	9328,41 €	1680 €	7648,41 €
Caso 3 (50 %)	9328,41 €	1200 €	8128,41 €
Caso 4 (30%)	9328,41 €	720 €	8608,41 €

Como vemos en la tabla anterior, teniendo en cuenta la diferencia entre gastos e ingresos en los diferentes casos, los gastos para el montaje de *Una rosa y un milagro* para la cofradía serían 6928,41 €, en el mejor de los escenarios, o 8608,41 €, en el peor de ellos.

Para intentar reducir más el costo del proyecto, nos gustaría plantear varias posibilidades. La primera sería contactar con instituciones que ofrecen subvenciones. Algunos organismos públicos que nos servirían podrían ser el Ayuntamiento de Málaga, la Diputación de Málaga o la Junta de Andalucía. En el ámbito privado, se podría contactar con una serie de bancos y empresas que frecuentemente patrocinan eventos en la ciudad y que quizás estarían interesados en colaborar con nosotros. Por otra parte, existe la posibilidad del *crowdfunding* o micromecenazgo. Esta forma de financiación se basa en las pequeñas aportaciones que realizan numerosos individuos para apoyar un proyecto o una causa. La nuestra se realizaría con Verkami⁶⁴, una web especializada en recabar

64 Se puede consultar su web en el siguiente enlace: <https://www.verkami.com/>.

fondos para actividades relacionadas con la cultura. De esta manera, los hermanos interesados, o cualquier ciudadano, pueden ayudar con la cantidad que más conveniente le parezca, dentro de las posibilidades de cada uno. Juntos podemos conseguir que *Una rosa y un milagro* sea posible.

XIV. Conclusión

Hemos planteado una exposición temporal que recoja la cartelería que anuncia la salida procesional anual de la Cofradía de Zamarrilla de Málaga el Jueves Santo. Nuestras intenciones eran compartir con el público general el patrimonio pictórico de dicha cofradía, dar protagonismo al tradicional barrio de La Trinidad, aportar frescor y novedad al panorama de exposiciones cofrades e investigar quiénes forman parte, con su obra, de la cartelería de Zamarrilla, dato que en algunos casos se desconocía por completo. Con una selección total de 30 obras, combinando originales y reproducciones, la exposición estaría disponible para su visita entre marzo y abril de 2025, en la casa hermandad de la cofradía.

No debemos olvidar la importancia que tiene *Una rosa y un milagro* para la capital malacitana y su Semana Santa. Málaga es la ciudad de los museos, donde la cultura es cada vez más relevante y demandada. Proyectos como este no pueden más que sumar a esta idea y enriquecerla culturalmente. Esto es así porque, de llevarse a cabo la exposición, la ciudad albergaría una tipología expositiva poco frecuente, especialmente en núcleos urbanos que no sean Sevilla. Estaríamos aportando nuestro granito de arena para que Málaga fuese la sede de exposiciones cada vez más punteras y originales y abriríamos la puerta a que otras hermandades o localidades siguieran nuestro ejemplo.

Además, este proyecto aporta algunas novedades. Por una parte, recoge un estudio de la cartelería de la hermandad. Estudio que –debemos reiterar– es pionero, pues no existe uno previo. Por lo tanto, este puede ser una oportunidad para que el tema se estudie con más dedicación y precisión si cabe, por lo que podríamos considerar *Una rosa y un milagro* como el punto de partida de una línea de investigación de gran interés y todavía por explotar. Por otra parte, la exposición sirve como puesta en valor del patrimonio de Zamarrilla. Las hermandades suelen tener un patrimonio rico y diverso y nunca serán suficientes las muchas medidas que se tomen para difundirlo y darlo a conocer, tanto a sus hermanos en particular como a la ciudadanía en general.

También es reseñable el diseño de una serie de estrategias de difusión, centradas especialmente en la publicidad a pie de calle y en redes sociales, alejándonos de medios tradicionales como radio, prensa o televisión. Hemos intentado que el proyecto esté en sintonía con su barrio, buscando llegar mediante diferentes actividades a estudiantes de infantil y primaria, mayores y personas hospitalizadas, cuyos colegios, centros sociales y hospitales se encuentran en

La Trinidad, aumentando así el sentimiento de pertenencia al barrio. Además, otro aspecto a remarcar del proyecto es el de intentar acercarlo a cuantas más personas mejor, sin pasar por alto nichos de público muchas veces olvidados, como personas con alguna discapacidad –ya sea física o cognitiva–. Dentro de nuestras posibilidades, nos resultaba importante adoptar el mayor número de medidas que pudiéramos implementar para atraer a dichos grupos. No solo nos interesa el público asiduo a exposiciones y museos, queremos que *Una rosa y un milagro* sea un proyecto que también pertenezca a niñas y niños, personas de la tercera edad, hospitalizadas, con alguna discapacidad, turistas, inmigrantes... Todo el mundo es bienvenido.

Así mismo, quisimos completar la experiencia con *merchandising* propio, para plantear posibles obsequios y recuerdos que el público pudiera adquirir y que sirviesen para sufragar de cierta manera la exposición.

Junto a todo ello, me gustaría añadir que, si bien este proyecto solo es un supuesto o un caso práctico, la estrecha colaboración de los cofrades de Zamarrilla y la gran acogida que ha tenido en el seno de la hermandad dejan abierta la puerta para un futuro planteamiento. Quizás dentro de algún tiempo podamos disfrutar de una exposición de carteles de Zamarrilla. La idea ya se ha planteado y el camino se ha allanado en cierta medida, abriendo las puertas a un sinfín de posibilidades. Me complace pensar que la primera exposición que concibo en mi vida (aunque no se materialice) sea dedicada a mi cofradía, tras la cual hay un grupo humano atento, colaborador y exquisito.

Finalmente, decir que este proyecto no solo es importante por aportar frescura al panorama de exposiciones cofrades de la ciudad, por abrir una nueva línea de investigación o por poner en alza el patrimonio de Zamarrilla. Su principal importancia es el valor educativo que ha tenido personalmente para mí. Poder fusionar mis inquietudes con lo aprendido en el Máster en Arte, Museos y Gestión del Patrimonio Histórico de la Universidad Pablo de Olavide y en las prácticas en el Museo Carmen Thyssen de Málaga ha tenido un efecto enormemente positivo en mi formación profesional. Al inicio de este proyecto, me preocupaba abarcar demasiado, no definir correctamente mis ideas, no encontrar el material suficiente con el que trabajar o enfrentarme a ciertos apartados que no fuese capaz de realizar de manera satisfactoria. En general, todo el proyecto me resultaba titánico. Concebir por mi cuenta una exposición, encargándome de todos los aspectos, desde la investigación a la museografía, pasando por la museología, el estudio de público, las actividades de difusión o la accesibilidad, me ha brindado una oportunidad única y excelente para formarme como futura profesional en el ámbito de los museos y las exposiciones. Por ello, y por las oportunidades que se me han brindado a raíz de este proyecto, estoy enormemente agradecida.

XV. Índice de ilustraciones

- Imagen 1: Nico Canela. Muestra de devoción popular en una pared del Pasaje Mármoles. Fotografía propia. 2024. Pg. 7.
- Imagen 2: Captura de pantalla de la descripción del perfil “Zamarrilla Trinitaria” en X. Fotografía propia. 2024. Pg. 7.
- Imagen 3: Virginia Caro. Procesión del Jueves Santo. Fuente: X. 2023. Pg. 8.
- Imagen 4: Análisis DAFO. Realización propia. 2024. Pg. 13.
- Imagen 5: Juande Zamudio. Cristo de los Milagros. Fuente: X. 2023. Pg. 29.
- Imagen 6: Nico Canela. Virgen de la Amargura Coronada. Fuente: X. 2024. Pg. 29.
- Imagen 7: Jennifer Mateo. Santo Suplicio. Fuente: X. s. d. Pg. 29.
- Imagen 8: Guerrero Jiménez presentando su cartel. Fotografía proporcionada por Noelia Guerrero Jiménez. 2014. Pg. 37.
- Imagen 9: Noelia Guerrero Jiménez. Cartel de 2014. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 38.
- Imagen 10: Anónimo. Cartel de la película *La reina Cristina de Suecia* de 1934. Fuente: Google imágenes. Pg. 40.
- Imagen 11: Antonio Cárdenas. Cartel de 2017. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 40.
- Imagen 12: Los artistas asociados. Cartel de la película *La máscara de hierro* de 1929. Fuente: Google imágenes. Pg. 40.
- Imagen 13: Pepe Palma. Cartel del 2000. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 40.
- Imagen 14: Zubillaga. Imagen antigua de la Amargura. Fuente: JIMÉNEZ GUERRERO, J., SÁNCHEZ LÓPEZ, J. A. (1994), 145. 1939. Pg. 41.
- Imagen 15: Eugenio Chicano. Cartel de 2002. Fotografía propia. Pg. 41.
- Imagen 16: José Robles Muñoz. Cartel de 1995. Fuente: web de la Agrupación de Cofradías. Pg.41.
- Imagen 17: Salvador Varela Martín. Cartel de 2016. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 41.
- Imagen 18: Compendio de representaciones de la rosa y el puñal de la Amargura. Realización propia. 2024. Pg. 42.
- Imagen 19: Estudio Bienvenido-Arenas. *Esperanza*. Fuente: web de la Agrupación de Cofradías. 1952. Pg. 45.
- Imagen 20: Eduardo Casares Goñi y José Soria Martínez. *Con la venia*. Fuente: web de la Agrupación de Cofradías. 1956. Pg. 45.
- Imagen 21: José Robles Muñoz. *Cristo de los Milagros*. Fuente: web de la Agrupación de Cofradías. 1995. Pg. 46.

- Imagen 22: Fermín Durante López. Cristo nazareno. Fuente: web de la Agrupación de Cofradías. 1997. Pg. 46.
- Imagen 23: Jaime Díaz Rittwagen. *Salida de la procesión*. Fotografía propia. 2024. Pg. 47.
- Imagen 24: Jaime Díaz Rittwagen. *Por el puente de la aurora*. Fotografía propia. 2024. Pg. 48.
- Imagen 25: María José Sarria. Cartel de 2006. Fotografía propia. 2024. Pg. 48.
- Imagen 26: María Egea. Cartel de 2008. Fotografía propia. 2024. Pg. 49.
- Imagen 27: Eduardo Nieto Cruz. Cartel de 2009. Fotografía propia. 2024. Pg. 49.
- Imagen 28: Juan Arenas Cansino. Cartel de 2010. Fotografía propia. 2024. Pg. 98.
- Imagen 29: Pedro De La Rúa. Cartel de 2011. Fotografía propia. 2024. Pg. 50.
- Imagen 30: Eduardo Nieto Cruz. Cartel de 2012. Fotografía propia. 2024. Pg. 50.
- Imagen 31: José Antonio Jiménez Muñoz. Cartel de 2024. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 50.
- Imagen 32: Manuel Pineda Barroso. Cartel de 1999. Fotografía propia. 2024. Pg. 51.
- Imagen 33: Eugenio Chicano. Cartel de 2002. Fotografía propia. 2024. Pg. 51.
- Imagen 34: Antonio Montiel. Cartel de 2013. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. 2024. Pg. 52.
- Imagen 35: Andrés Tristán Pertíñez Carrascosa. *María Santísima de la Amargura Coronada*. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. 2015. Pg. 52.
- Imagen 36: Antonio Cárdenas. Cartel de 2017. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 53.
- Imagen 37: Eugenio Chicano. Cartel de 2019. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 53.
- Imagen 38: Eugenio Chicano. Cartel de 2020. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 53.
- Imagen 39: Francisco Manuel Calderón Rodríguez. Cartel de 2022. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 54.
- Imagen 40: Pepe Palma. Cartel del 2000. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 55.
- Imagen 41: Ezequiel Pérez. Cartel del 2001. Fotografía propia. 2024. Pg. 55.
- Imagen 42: Francisco Torres Matas. Cartel del 2004. Fotografía propia. 2024. Pg. 55.
- Imagen 43: Francisco D. Llinares. Cartel del 2007. Fotografía propia. 2024. Pg. 56.
- Imagen 44: Noelia Guerrero Jiménez. Cartel del 2014. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 56.
- Imagen 45: Salvador Varela Martín. Cartel del 2016. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 56.
- Imagen 46: Fernando Núñez Fernández. Cartel del 2018. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 57.
- Imagen 47: Francisco Javier Valverde Conejero. Cartel del 2021. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 57.

- Imagen 48: Juan Francisco Montoya García. *Amargura de una madre*. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. 2023. Pg. 57.
- Imagen 49: Recurso visual tipográfico 1. Fotografía propia. 2024. Pg. 58.
- Imagen 50: Recurso visual tipográfico 2. Fotografía propia. 2024. Pg. 58.
- Imagen 51: Recurso visual cartelas. Fotografía propia. 2024. Pg. 59.
- Imagen 52: Recurso visual colores. Fotografía propia. 2024. Pg. 59.
- Imagen 53: Casa Hermandad y ermita de Zamarrilla. Fuente: web de la Cofradía de Zamarrilla. Pg. 59.
- Imagen 54: Vista satélite de la ubicación de la ermita. Fuente: Google Maps. 2024. Pg. 60.
- Imagen 55: Sala original 1. Fotografía propia. 2024. Pg. 60.
- Imagen 56: Sala original 2. Fotografía propia. 2024. Pg. 60.
- Imagen 57: Pared de la sala. Fotografía propia. 2024. Pg. 61.
- Imagen 58: Martina Sánchez Álvarez. Plano de la sala. 2024. Pg. 61.
- Imagen 59: Plano con medidas de las paredes. Realización propia. 2024. Pg. 61.
- Imagen 60: Plano proyecto paredes de pladur. Realización propia. 2024. Pg. 62.
- Imagen 61: Mapa visual de las secciones. Realización propia. 2024. Pg. 63.
- Imagen 62: Plano de distribución de sala. Realización propia. 2024. Pg. 64.
- Imagen 63: Recorridos lógicos. Realización propia. 2024. Pg. 65.
- Imagen 64: Recorridos alternativos. Realización propia. 2024. Pg. 65.
- Imagen 65: Plano iluminación. Realización propia. 2024. Pg. 66.
- Imagen 66: Prototipo de cartelas. Realización propia. 2024. Pg. 67.
- Imagen 67: Ejemplo de rótulo de sección. Realización propia. 2024. Pg. 67.
- Imagen 68: Montaje visión final de sección + rótulo. Realización propia. 2024. Pg. 67.
- Imagen 69: Montaje visión final texto de sala. Realización propia. 2024. Pg. 70.
- Imagen 70: Montaje visión final texto de sala 2. Realización propia. 2024. Pg. 71.
- Imagen 71: Alcajata y hembrilla cerrada. Imagen propia. 2024. Pg. 73.
- Imagen 72: Anclaje antirrobo. Fotografía propia. 2024. Pg. 73.
- Imagen 73: Producto “No más clavos”. Fuente: web de Bauhaus. 2024. Pg. 73.
- Imagen 74: Cinta de doble cara. Fuente: web de Leroy Merlín. 2024. Pg. 73.
- Imagen 75: Visión sección Cristo. Realización propia. 2024. Pg. 74.
- Imagen 76: Visión final sección Cristo + rótulo. Realización propia. 2024. Pg. 74.
- Imagen 77: Visión sección Virgen. Realización propia. 2024. Pg. 75.
- Imagen 78: Visión final sección Virgen + rótulo. Realización propia. 2024. Pg. 75.
- Imagen 79: Visión sección procesión, pared A2. Realización propia. 2024. Pg. 76.
- Imagen 80: Visión final pared A2 + rótulo. Realización propia. 2024. Pg. 76.

- Imagen 81: Visión sección procesión, pared A1. Realización propia. 2024. Pg. 77.
- Imagen 82: Visión final pared A1. Realización propia. 2024. Pg. 77.
- Imagen 83: Visión sección antecedentes. Realización propia. 2024. Pg. 78.
- Imagen 84: Visión final sección antecedentes + rótulos. Realización propia. 2024. Pg. 78.
- Imagen 85: Visión originales Cristo. Realización propia. 2024. Pg. 79.
- Imagen 86: Visión originales Virgen. Realización propia. 2024. Pg. 80.
- Imagen 87: Visión originales procesión. Realización propia. 2024. Pg. 81.
- Imagen 88: Visión final texto de sala 1 + medidas. Realización propia. 2024. Pg. 81.
- Imagen 89: Pictogramas explicativos. Fuente: web ARASAC. 2024. Pg. 85.
- Imagen 90: Vista hipotética del perfil de Instagram de *Una rosa y un milagro*. Realización propia. 2024. Pg. 88.
- Imagen 91: Vista hipotética de un *post* en Instagram. Realización propia. 2024. Pg. 88.
- Imagen 92: Imagen oficial para promocionar el proyecto. Realización propia. 2024. Pg. 89.
- Imagen 93: Folleto. Realización propia. 2024. Pg. 90.
- Imagen 94: Cartel. Realización propia. 2024. Pg. 90.
- Imagen 95: Simulación del cartel en la calle 1. Realización propia. 2024. Pg. 90.
- Imagen 96: Simulación del cartel en la calle 2. Realización propia. 2024. Pg. 90.
- Imagen 97: Buzón recubierto de pegatinas en una calle de Nueva York. Fotografía propia. 2023. Pg. 91.
- Imagen 98: Pegatinas en una calle de Sevilla. Fotografía propia. 2024. Pg. 91.
- Imagen 99: Pegatinas del célebre grupo Califato $\frac{3}{4}$ en una calle de Sevilla. Fotografía propia. 2024. Pg. 91.
- Imagen 100: Elemento urbano recubierto de pegatinas en Christiania, Copenhague. Fotografía propia. 2024. Pg. 91.
- Imagen 101: Pegatinas de *Una rosa y un milagro*. Realización propia. 2024. Pg. 92.
- Imagen 102: *Sketch* del “museo callejero”. Realización propia. 2024. Pg. 94.
- Imagen 103: Vitrina de la hermandad. Fotografía de Enrique Moyano. 2024. Pg. 95.
- Imagen 104: Plano ubicación de vitrina. Realización propia. 2024. Pg. 95.
- Imagen 105: Colección de marcapáginas. Realización propia. 2024. Pg. 96.
- Imagen 106: Camiseta negra Cristo. Realización propia. 2024. Pg. 96.
- Imagen 107: Camiseta blanca Cristo. Realización propia. 2024. Pg. 97.
- Imagen 108: Camiseta negra oficial proyecto. Realización propia. 2024. Pg. 97.
- Imagen 109: Camiseta blanca oficial proyecto. Realización propia. 2024. Pg. 98.
- Imagen 110: Camiseta negra Virgen. Realización propia. 2024. Pg. 98.
- Imagen 111: Camiseta blanca Virgen. Realización propia. 2024. Pg. 99.

Imagen 112: Carcasas de móvil. Realización propia. 2024. Pg. 99.

Imagen 113: Imán. Realización propia. 2024. Pg. 100.

Imagen 114: Taza. Realización propia. 2024. Pg. 100.

Imagen 115: Modelo con taza. Realización propia. 2024. Pg. 100.

Imagen 116: Pulsera cofrade del proyecto. Realización propia. 2024. Pg. 101.

XVI. Bibliografía y webgrafía

Bibliografía

(2003), *Zamarrilla. Coronación Canónica*, Hermandad de Zamarrilla, Málaga.

(2019), *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018-2019. Síntesis de resultados*, Ministerio de Cultura y Deporte, Madrid.

(2022), *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2021-2022. Síntesis de resultados*, Ministerio de Cultura y Deporte, Madrid.

(2024), *Observatorio turístico 2023. Málaga Costa del Sol*, Diputación Provincial de Málaga, Málaga.

ALCÁZAR MARTÍNEZ, B. de, GONZÁLEZ ROBLES, E. M. et alii (2023), *Análisis del perfil e impacto económico de los visitantes de la Semana Santa de Málaga 2023*, Cátedra de Estudios Cofrades-Fundación Lágrimas y Favores-Universidad de Málaga, Málaga.

BARNICOAT, J. (1973), *Los carteles. Su historia y lenguaje*, Gustavo Gili, Barcelona.

CÁRDENAS RICA, M. L. (1999), “El cartel de culto en las hermandades sevillanas”, en GÓMEZ Y MENÉNDEZ, J. M. (coord.), *Carteles de culto y páginas en red*, Universidad de Sevilla, Sevilla, pp.61-76.

CLAVIJO GARCÍA, A., RAMIREZ DOMINGUEZ, J. A. (1981), *El cartel de la Semana Santa malagueña*, Museo Diocesano de Arte Sacro, Málaga.

GARRIDO JIMÉNEZ, M. (2017), “Hermandad de la Virgen de la Amargura (Zamarrilla) de Málaga”, en CAMPOS Y FERNÁNDEZ DE SEVILLA, F. J. (coord.), *Religiosidad popular: cofradías de penitencia*, Real Centro Universitario Escorial-María Cristina, Madrid, vol. 1, pp. 227-240.

HERRERO RIQUELME (2012), “El cartel como instrumento de promoción en los inicios del turismo español (1900-1936)”, en JIMÉNEZ CABALLERO, J. L., FUENTES RUIZ, P., SANZ DOMÍNGUEZ, C. (coords.), *Turismo y sostenibilidad. V Jornadas de investigación en Turismo*, pp. 173-196.

JIMÉNEZ GUERRERO, J., SÁNCHEZ LÓPEZ, J. A. (1994), *Zamarrilla. Historia, iconografía y patrimonio artístico-monumental*, Real y Excma. Hermandad de Nuestro Padre Jesús del Santo Suplicio, Santísimo Cristo de los Milagros y María Santísima de la Amargura, Málaga.

JIMÉNEZ GUERRERO, J. (2003), *Historia de una devoción popular. La Virgen de Zamarrilla*, Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga, Málaga.

— (2014), *El Cristo de los Milagros. Notas históricas sobre la ópera prima de Francisco Palma Burgos*, Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga, Málaga.

JURADO, F. J. (2005), *Historia del cartel de la Semana Santa de Málaga*, COPE Málaga, Málaga.

MATEOS RUSILLO, S. M. (2012), *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*, Trea, Gijón.

MORALES CARRIÓN, M. T. (2015), “El retrato en los primeros cartelistas españoles: de la escena costumbrista al retrato realista”, *Arte, Individuo y Sociedad*, v. 27, n.º 1, pp. 117-131.

— (2016), *El arte de los cartelistas españoles de la posguerra. De 1940 a 1980*, Universidad de Granada, Granada. Tesis Doctoral.

ROSALES MARTÍN, M. (2015), “Negro sobre blanco. El cartel oficial”, en ESCALANTE JIMÉNEZ, J. (coord.), *Antequera, su Semana Santa*, Exlibric, Antequera, pp. 277-286.

TOMÁS HERNÁNDEZ, A. (dir.) (2013), *Frágil. Curso sobre manipulación de bienes culturales*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Madrid.

TORRES AGUILAR, F. (2008), *El cartel de la Semana Santa de Málaga (1980-2008)*, Universidad de Málaga, Málaga.

Webgrafía

(s.d.) “Carteles de la Semana Santa de Zaragoza”, *Ayuntamiento de Zaragoza*. <https://zaragoza.es/sede/portal/archivo/carteles-semana-santa/> [consultada el 27 de abril].

(2010, julio), “Fallece a los 65 años el pintor y cartelista malagueño Francisco Torres Matas”, *Málaga Hoy*. https://www.malagahoy.es/ocio/Fallece-cartelista-Francisco-Torres-Mata_0_383061851.html [consultada el 25 de junio].

(2010, agosto), “Pepe Palma Santander”, *Hermandad de Nueva Esperanza*. <https://hermandadnuevaesperanza.es/index.php/pepe-palma> [consultada el 21 de mayo].

(2017, agosto), “Exposición ‘Ciudades’ del artista malagueño Jaime Díaz Rittwagen”, *El Rincón Habla*. <https://www.elrinconhabla.com/articulo/cultura/exposicion-ciudades-artista-jaime-diaz-rittwagen-rincon-victoria/20170822135242006484.html> [consultada el 21 de mayo].

(2019), “José Antonio Jiménez Muñoz, pintor del cartel de la Semana Santa de 2019”, *Agrupación de Cofradías*. <https://agrupaciondecofradias.com/pintor-del-cartel-semana-santa/> [consultada el 25 de junio].

(2021, marzo), “El Consejo expone 29 carteles pictóricos de la Semana Santa de Sevilla”, *ABC*. https://www.abc.es/sevilla/pasionensevilla/noticias-semana-santa-sevilla/sevi-consejo-expone-29-carteles-pictoricos-semana-santa-sevilla-202103101359_noticia.html [consultada el 27 de abril].

(2022, marzo), “El Ayuntamiento inaugura una exposición de carteles de Semana Santa y presenta el micrositio ‘100 años de Semana Santa en Valladolid’”, *Ayuntamiento de Valladolid*. <https://www.valladolid.es/en/actualidad/noticias/ayuntamiento-inaugura-exposicion-carteles-semana-santa-pres> [consultada el 8 de abril].

(2022, abril), “Exposición de carteles de Semana Santa en el Palacio de la Audiencia de Soria”, *COPE*. <https://cyl.cope.es/soria/semana-santa/exposicion-de-carteles-de-semana-santa-en-el-palacio-de-la-audiencia-de-soria/> [consultada el 8 de abril].

(2023, septiembre), “María Egea”, *CAC Málaga*. <https://cacmalaga.eu/maria-egea/> [consultada el 2 de julio].

(2024, febrero), “Exposición de carteles”, *Agrupación de Hermandades y Cofradías de Córdoba*. <https://hermandadesdecordoba.es/exposicion-de-carteles> [consultada el 8 de abril].

(2024, marzo), “El ayuntamiento acoge una exposición antológica de carteles de la Semana Santa y Fiestas de la Primavera”, *Ayuntamiento de Sevilla*. <https://www.sevilla.org/actualidad/noticias/2024/el-ayuntamiento-acoge-una-exposicion-antologica-de-carteles-de-la-semana-santa-y-fiestas-de-la-primavera> [consultada el 8 de abril].

(2024, marzo), “Exposición de carteles oficiales de Semana Santa en Hipercor Jerez”, *Cofrademanía*. <https://cofrademanía.com/noticias/exposicion-de-carteles-de-semana-santa-en-hipercor-jerez> [consultada el 8 de abril].

(2024, marzo), “Medio siglo de cartelería de Semana Santa, en una exposición”, *La Tribuna de Guadalajara*. <https://www.latribunadeguadalajara.es/noticia/z8df6b05d-0253-e687-364044df6705d132/202403/medio-siglo-de-carteleria-de-semana-santa-en-una-exposicion> [consultada el 8 de abril].

Andrés Tristán Pertíñez Carrascosa. <https://www.andrestristan.com/> [consultada el 21 de mayo].

ARASAAC. <https://arasaac.org/> [consultada el 2 de agosto].

ARROYO, C. (2024, enero), “¿Cuánto cuesta hacer un tabique o pared de pladur?”. *Cronoshare*. <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/hacer-pared-pladur> [consultada el 28 de julio].

CABRERA PABLOS, F. (2022, junio), “Francisco Torres Matas, doce años en el recuerdo”. *SUR*. <https://www.diariosur.es/culturas/francisco-torres-matas-aniversario-fallecimiento-malaga-20220528141227-nt.html> [consultada el 25 de junio].

GENIZ, D. J. (2024, marzo), “Así es la exposición de Dani Franca, cartelista de la Semana Santa en Sevilla 2023”, *Diario de Sevilla*. https://www.diariodesevilla.es/semana_santa/exposicion-Dani-Franca-cartelista-Semana-Santa-Sevilla-2023-video_0_1774623182.html [consultada el 8 de abril].

GRAO, E. L. (2024, febrero), “La exposición “La Semana Santa de Huelva a través de sus carteles” abre sus puertas”, *COPE*. https://www.cope.es/emisoras/andalucia/huelva-provincia/huelva/noticias/exposicion-semana-santa-huelva-traves-sus-carteles-abre-sus-puertas-20240220_3154484 [consultada el 8 de abril].

GUTIÉRREZ, J. M. (2024, enero), “Las salas Mingorance ofrecen una exposición de la cofradía de El Rico”, *La Opinión de Málaga*. <https://www.laopiniondemalaga.es/semana-santa/2024/01/30/salas-mingorance-ofrecen-exposicion-cofradia-97523539.html> [consultada el 8 de abril].

Hermandad de Zamarrilla. <https://www.zamarrilla.es/> [consultada el 22 de mayo].

MARTOS, J. M. (2023, marzo), “XIX Exposición de carteles y libros de Semana Santa de Marmolejo”, *SER*. <https://cadenaser.com/andalucia/2023/03/28/xix-exposicion-de-carteles-y-libros-de-semana-santa-de-marmolejo-radio-ubeda/> [consultada el 8 de abril].

MELLADO, F. (2024, febrero), “De Rittón a Cas. Una mirada a los 80 años de carteles de la Semana Santa de Córdoba”, *Diario de Córdoba*. <https://www.diariocordoba.com/cofradias/2024/02/24/carteles-semana-santa-cordoba-98613254.html> [consultada el 8 de abril].

PÉREZ FRÍAS, P. L. (s. d.), “Francisco Torres Matas, el pintor de la Colonia Santa Inés”, *Epistêmai*. <https://epistemai.es/archivos/3586> [consultada el 25 de junio].

VÁZQUEZ, A. (2016, mayo), “El artista de las ciudades luminosas”, *La Opinión de Málaga*. <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2016/05/15/artista-ciudades-luminosas-28384839.html> [consultada el 21 de mayo].