

ÍNDICE

Resumen 19

Castellano 19

Valencià 21

English 23

Introducción 29

0.1. Estado de la cuestión 29

0.2. Hipótesis 32

0.3. Objetivos 33

0.4. Estructura 34

0.5. Metodología 38

CONCEPTOS FUNDAMENTALES 41

1.1. Arte urbano 41

1.1.1. Usos del término 41

1.1.1.1. Arte urbano como etapa artística 41

1.1.1.2. Arte urbano como movimiento artístico 43

1.1.1.2.1. Técnicas y disciplinas empleadas 44

1.1.1.2.2. Referentes 53

1.1.1.2.3. Época 56

1.1.1.2.4. Aspectos singulares	59
1.1.1.3. Arte urbano en la cultura popular	61
1.1.2. Alternativas terminológicas	60
1.1.2.1. Arte intermural	62
1.1.2.2. Arte público independiente	64
1.1.2.3. <i>Postgraffiti</i>	65
1.1.3. Arte urbano actual	66
1.2. <i>Graffiti</i>	67
1.2.1. Hacia una definición	67
1.2.2. Cronología de su evolución	68
1.2.2.1. Antes del siglo XX	68
1.2.2.2. Durante el siglo XX	70
1.2.2.2.1. Graffiti hobo	72
1.2.2.2.2. Graffiti político moderno	73
1.2.2.2.3. <i>Graffiti</i> hip-hop	75
1.2.2.2.4. <i>Graffiti</i> fuera de EE.UU.	79
1.2.2.3. Siglo XXI	87
1.3. Muralismo	89
1.3.1. Muralismo en el siglo XX	89

1.3.1.1. Muralismo Mexicano	89
1.3.1.2. Mural y publicidad	94
1.3.2. Muralismo en el siglo XXI	99
1.3.2.1. Institucional	99
1.3.2.2. Comercial	106
1.3.2.3. Independiente	118

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN 123

2.1. Marco espacial	123
2.1.1. Málaga capital	123
2.1.2. Málaga provincia	128
2.2. Marco temporal	131
2.2.1. Internacional	132
2.2.2. Nacional	139
2.2.3. Provincial	146
2.2.3.1. Antecedentes históricos	146
2.2.3.2. Aspectos socio-culturales	148
2.2.3.3. Estrategias político-económicas	151
2.2.3.3.1. Marketing cultural	153
2.2.3.3.2. Turismo cultural	157

CASOS DE ESTUDIO 161

3.1. Breve historia de la intervención artística urbana en Málaga (1980-2000)	161
3.1.1. Agustín Parejo School	161
3.1.2. Inicios del <i>graffiti</i> en Málaga	169
3.2. El <i>graffiti</i> en el nuevo siglo (2000-2013)	185
3.2.1. Tiendas. Lugares de divulgación	189
3.2.2. Jams. Puntos de encuentro	192
3.2.3. Internet. Espacio de difusión	201
3.3. Muralismo, eventos internacionales e institucionalización (2013-2023)	204
3.3.1. Radicalización del <i>graffiti</i>	208
3.3.2. MAUS Málaga	210
3.3.2.1. Contexto del proyecto	210
3.3.2.1.1. Historia y gestión del CAC Málaga	210
3.3.2.1.2. SOHO Barrio de las Artes	216
3.3.2.2. Proyecto MAUS	221
3.3.2.2.1. Edición 2013	222
3.3.2.2.2. Edición 2015	254
3.3.3. Otros acontecimientos de interés	265
3.3.3.1. Boulevard	265

3.3.3.2. Málaga Más Bella	272
3.3.3.3. Lagunillas	276
3.3.3.4. UMA Mural Art Project	283
3.3.3.5. Concurso Internacional de Murales de Estepona	291
3.3.3.6. Encuentros de Arte de Genalguacil	298
3.3.3.7. Rebranding Ronda	303
3.3.4. Exposiciones institucionales y comerciales	311
3.3.4.1. CAC Málaga	313
3.3.4.2. Otros espacios expositivos	331
3.3.4.2.1. Iniciararte	331
3.3.4.2.2. Creadores	335
3.3.4.2.3. MAF Málaga	339
3.3.4.2.4. Museo Picasso	340
3.3.4.2.5. Contenedor Cultural UMA	344
3.3.4.2.6. Galería Yusto&Giner	349
3.3.4.2.7. Depincor Graffiti Shop	354

Conclusiones	357
---------------------------	------------

Referencias	375
--------------------------	------------

Anexo 1: Entrevistas íntegras	413
--	------------

A1.1. Rogelio López Cuenca	415
A1.2. MS1	429
A1.3. Isidoro Valcárcel Medina	439
A1.4. Presto	451
A1.5. Fon	457
A1.6. Susto	465
A1.7. Emi, Spray Crew	477
A1.8. Elfo	487
A1.9. Lalone	501
A1.10. Darko	511
A1.11. Imon Boy	521
A1.12. Kyo, AMAS	533

Anexo 2: Otros casos significativos	543
--	------------

A2.1. Space Invader: Bien de Interés Cultural	545
A2.2. MAUS: Destrucción y abandono	549
A2.3. Torremolinos: Otra ruta de murales	553
A2.4. Fuengirola: Otro paseo de murales	555
A2.5. Puerto Marina: Otro “otro” de murales	557
A2.6. Belin y TV Boy: Disney y Banderas	559
A2.7. Javi Calleja: Escultura paracaidista	563
A2.8. Málaga Loves ... Turismo	567

Anexo 3: Propuestas artísticas	571
---	------------

A3.1. Una vida, el libro	573
A3.2. Intervenciones urbanas no murales	575
A3.3. Eliminar el contenido	581
A3.4. Tapicería Juan Luis	587

