

El arte urbano y el *graffiti* -aun presentando diferencias significativas entre sí- son dos manifestaciones artísticas contemporáneas que comparten un origen urbano e independiente. La naturaleza efímera de sus intervenciones es cuestionada con la aparición de internet y las redes sociales, que permiten una nueva forma de documentación y difusión. El aumento de visibilidad propicia una popularidad inédita para esta clase de prácticas. La dimensión pública -física y virtual- de estas obras, particularmente las del muralismo de gran formato, es la que atrae la atención tanto de las instituciones como del sector comercial.

A partir de estos hechos, en la presente investigación analizamos intervenciones independientes y eventos institucionales y/o comerciales sucedidos en la capital y la provincia de Málaga durante las primeras décadas del siglo XXI. En este recorrido se apuesta por estudiar dichos eventos de acuerdo a una determinada realidad sociopolítica, entendiendo el contexto como la base de esta investigación. Durante el proceso se observa cómo el modelo de ciudad y la política cultural impulsadas por el gobierno municipal -en el poder durante el periodo analizado-, define el carácter general adoptado por las expresiones locales asociadas al arte urbano.

Finalmente, concluimos que, por un lado, el *graffiti* no ha podido ser asimilado institucionalmente puesto que no es rentable en su forma salvaje. Y que, por otro lado, el arte urbano presenta mayores facilidades para -a través del muralismo- ser desprovisto de sus herramientas críticas, neutralizado e instrumentalizado. Así, mientras que determinados artistas asociados al arte urbano local han entrado felizmente en las dinámicas del mercado, unos pocos cuestionan una desvirtuación del presunto potencial crítico de estas disciplinas.