

## **INDICE**

### **TÍTULO: EL MAUS COMO AMPLIACIÓN DEL CAC:**

<b>POSTGRAFITI EN EL SOHO MALAGUEÑO.</b>	<b>5</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>5</b>
<b>PALABRAS CLAVE</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO I STREET ART</b>	<b>9</b>
<b>I.1 DEFINICIÓN Y CONCEPTO</b>	<b>9</b>
<b>I.1.1 TÉCNICAS Y MATERIALES</b>	<b>17</b>
<b>I.1.2. TECHNIQUES AND MATERIALS</b>	<b>19</b>
<b>I.2 ORÍGENES Y PRECEDENTES: MUSEALIZACIÓN</b>	
<b>DEL STREET ART</b>	<b>21</b>
<b>CAPITULO II ACTUALIDAD. MARCO LEGAL</b>	<b>25</b>
<b>CAPITULO III. EFECTO MAUS</b>	<b>26</b>
<b>III. 1. DEL BARRIO DEL ENSANCHE AL SOHO</b>	<b>26</b>
<b>III. 2. CAC: DE MERCADO DE MAYORISTAS A CENTRO</b>	
<b>DE ARTE CONTEMPORÁNEO</b>	<b>29</b>
<b>III.3 ¿QUÉ ES EL MAUS?</b>	<b>32</b>

<b>III.4 GENTRIFICACIÓN</b>	<b>37</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>47</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>51</b>
<b>APÉNDICE GRÁFICO</b>	<b>59</b>

**TÍTULO:** El MAUS como ampliación del CAC: Postgraffiti en el Soho malagueño.

**RESUMEN:** Postgraffiti en el Soho a través del MAUS (MAUS como proyecto organizado por el CAC).

Partiendo del proyecto MAUS (Málaga Arte Urbano en el Soho), comenzado en el año 2013, se realiza un recorrido por los orígenes de *Street Art* y como éste desemboca en el *Postgraffiti*, forma artística que se ha utilizado en las calles del *Soho* para contribuir a su nueva puesta en valor y su rehabilitación.

Así mismo, analizamos la historia del propio Barrio del Ensanche desde sus primeros proyectos y como ha pasado a ser el Barrio de las Artes, lo que nos lleva a analizar igualmente la historia del CAC, ya que es el eje de la actividad artística de la zona y foco del propio MAUS.

Al ir desgranando la función y los detalles de las obras realizadas en el MAUS, se observa una privatización desde las instituciones locales del espacio público mediante el arte, cercándolo y acotándolo, demostrando así como no todas las barreras tienen que ser arquitectónicas, y explicando parte de la idea global que desde el ayuntamiento se está llevando para convertir a Málaga en ciudad de los museos.

**PALABRAS CLAVE:** street art, postgraffiti, espacio público, Soho, CAC Málaga, MAUS, gentrificación, graffiti, Málaga, ecomuseo.

**TITLE:** Maus as an extension of CAC: postgraffiti in Malaga´s Soho.

**ABSTRACT:** Postgraffiti in Soho through Maus (Maus as a project organized by the CAC).

Using as starting point the MAUS (Malaga Street Art in Soho) Project, started in 2013, a journey is conducted through the origins of *Street Art* and how it flows into

*Postgraffiti*, artistic form that as been used in the street of *Soho* to contribute to it's new value enhancement and rehabilitation.

In the same way, we analyzed the history of the Ensanche's neighborhood from its early projects and how it has become the Neighborhood of the Arts, which leads us to also analyze the history of the CAC, as it is the core of the artistic activity of the área and the focus in the MAUS itself.

By analyzing in detail the function and particulars of projects completed in the MAUS, it is observed a process of privatization from the local institutions of public space through art, by fencing and delimiting it, also proving not all barriers have to be architectonic ones, explaining part of the whole idea that from the Council is being carried to turn Malaga into a city of museums.

**KEY WORDS:** street art, postgraffiti, public space, Soho, CAC Malaga, MAUS, gentrification, graffiti, Malaga, ecomuseum.

## **INTRODUCCIÓN**

La elección del tema viene condicionada por su unicidad e innovación, teniendo la posibilidad de abrir nuevas líneas de investigación sobre como el arte en sí mismo sirve de revitalizador de zonas urbanas, sin contenedores, dando un paso más en la dirección de los ecomuseos.

A través del estudio del MAUS, va quedando en evidencia como es un proyecto en el que ha tenido que participar un equipo multidisciplinar, donde han colaborado artistas del *postgraffiti*, músicos, entidades públicas y privadas,..., pero también con una fuerte carga de colaboración ciudadana, ya que son los propios vecinos los que hacen de guías improvisados ante visitantes y curiosos.

Partiendo de que el MAUS es un proyecto pionero sobre el que aún no hay estudios oficiales, salvando la existencia de un dossier con la presentación del proyecto, un catálogo de actuaciones, el proyecto director del Soho y una serie de artículos en prensa, como se puede comprobar a través de la bibliografía, se

aborda el estado de la cuestión con la revisión de la información sobre *Street art* y *Postgraffiti* desde su origen y como este ha desembocado en el proyecto malagueño, ya que aun siendo un proyecto puntero a nivel nacional y, en alguna de sus características, a nivel internacional, su base y concepción es en torno al arte urbano y público.

El MAUS ha tomado las ideas que ya se llevaron a cabo en la exposición “Street Art” de la Tate en 2008, musealizar el *street art*, pero esta vez con carácter de exposición permanente. También sigue la idea de museo al aire libre de la East Side Gallery del muro de Berlín, aunque existiendo un concepto de conservación y preservación de la obra de arte a priorístico. El imbricar estos dos aspectos fundamentales, de institucionalizar el *street art* y hacer perdurar el resultado, es lo que aporta de nuevo el proyecto MAUS, haciéndolo único en su concepto. Tras la puesta en vigor del proyecto malagueño, otras iniciativas han seguido su ejemplo como el Festival Artscape de Malmö, que ha tenido lugar este año y que sigue el camino abierto por el MAUS.

La metodología del trabajo se basa en la búsqueda en páginas webs especializadas como [www.streetartnews.net](http://www.streetartnews.net), [www.urbanario.es](http://www.urbanario.es) y publicaciones relacionadas con el proyecto MAUS que han tenido lugar de manera continuada en las páginas [www.papeldeperiodico.com](http://www.papeldeperiodico.com), [www.revistaelobservador.com](http://www.revistaelobservador.com), etc., además de en las versiones on-line de periódicos como El Sur, La Opinión de Málaga, Málaga hoy o El País entre otros. Es en estos medios donde reside toda la información necesaria, siendo igualmente el elegido por los artistas para su difusión y divulgación de su obra e ideología.

En el campo de la investigación, incluso en la moderna, no podemos olvidar los datos en papel, habiéndose recabado también información en libros y revistas, tanto en español como en inglés, valenciano, alemán, portugués, etc., teniendo en cuenta que la información referente al MAUS es muy escasa, y que la mayor parte existente sobre *street art* está en inglés.

Además de las imágenes y videos encontrados en internet, ya sea vía youtube, vimeo o en páginas web especializadas; se ha llevado a cabo un reportaje fotográfico para aportarlo como testigo gráfico de las imágenes que conforman el *Soho*, tanto pertenecientes al MAUS como aquellas que se han ido añadiendo a posteriori.

El enfoque seguido durante el trabajo es, primero, aclarar los términos *street art*, *graffiti* y *postgraffiti*, explicando terminología, técnicas y orígenes. En segundo lugar se ha pasado al contexto físico, es decir contextualizar el barrio del Ensanche y el CAC como centro neurálgico del proyecto, para dar paso por último a desgranar el MAUS, antecedentes y coetáneos tanto estadounidenses como europeos, y cómo Málaga se ha convertido en referente del *arte urbano* más inmediato.

Importante es dar respuesta a qué factores han llevado a Málaga a ser partícipe de este proyecto. Igualmente significativo es resolver el por qué se ha realizado en el entorno del CAC, con qué apoyos e impulsores ha contado, y qué criterios se han seguido en la elaboración del proyecto; por qué en el *Soho* específicamente; por qué con la colaboración de estos artistas en concreto.

Respecto a las competencias que a lo largo del trabajo quedarán aplicadas, expongo a continuación:

Competencia número 84: Dominio de la expresión oral y escrita para la exposición de contenidos científico-académicos relacionados con la Historia del Arte; a lo largo de todo el trabajo queda expuesto dicho dominio de la expresión escrita de contenidos. En cada apartado además se exponen los contenidos tanto a nivel global dentro de la Historia del Arte como a nivel concreto del tema que abordamos. La expresión oral quedará demostrada en la posterior defensa del trabajo frente al jurado.

Competencia número 65: Uso adecuado de la terminología específica de la

Historia del Arte en sus distintas vertientes de contenido. Esta competencia se ve reflejada en el uso de vocabulario específico de Historia del Arte, de forma general, y de museografía y *street art* en concreto, teniendo este movimiento la particularidad de una terminología específica.

Competencia número 78: Capacidad para aplicar los conocimientos comprensivos de idiomas modernos (inglés, italiano y/o francés), incidiendo en el vocabulario técnico. Se ha elegido el inglés como idioma para la redacción y exposición del apartado I.1.2. del trabajo, ya que la mayoría de términos definitorios del *street art* son de origen anglosajón, y es el idioma “oficial” del movimiento.

## **CAPÍTULO I STREET ART**

### **I.1 DEFINICIÓN Y CONCEPTO**

A lo largo de este epígrafe el concepto de *postgraffiti* y el por qué utilizamos este término y no otro en el transcurso del trabajo. Así, definiremos conceptos como *graffiti*, *street art*, *arte urbano*, *contrapublicidad*, etc., los cuales podrían llevar a confusión por lo que se entiende de ellos coloquialmente.

Desde que el hombre habita la tierra, siempre ha tenido la necesidad de dejar constancia de su existencia. Las manifestaciones gráficas en muros y paredes son de lo más heterogéneas, ya sean figurativas o signadas, se repiten a lo largo del tiempo. Así, tenemos los primeros ejemplos de estas representaciones en época prehistórica a modo de index (representaciones del negativo de la mano), esquemáticas y naturalistas (Cueva de Nerja, Cueva de Altamira, etc.) que surgen desde el Paleolítico Superior, prolongándose en el Imperio romano con inscripciones en los muros de los edificios como los de la Domus Aurea. Esta práctica, ya sea en muros públicos o privados, servía tanto de icono de la existencia como de crítica o burla; en definitiva, una forma de expresión del individuo ante la sociedad, el momento político o económico en el que vivía.

La Edad Media alberga en sus construcciones sacras y civiles otro gran número de signos lapidarios, quizás de los que seamos más conscientes sea de aquellos encontrados en las catedrales: las marcas de cantería, compuestas por figuras geométricas, caracteres alfabéticos, signos simbólicos o religiosos, etc., designaban firmas, categorías y estipendios, entre otros. A lo largo del párrafo hemos enumerado inscripciones de diverso tipo, aunque, sin duda, el ejemplo más claro de ello sea: “Menganito estuvo aquí”. Este enunciado, u otro parecido, aparecen en los recorridos del Grand Tour de finales del siglo XVI al primer tercio del siglo XIX. Ya entrado el siglo XX, destaca el uso de inscripciones murales por los nazis durante la II Guerra Mundial como recurso propagandístico contra los judíos y, en oposición, los del grupo estudiantil “La Rosa Blanca”, que escribía su rechazo a Hitler en las paredes.

Tampoco podemos olvidar las pinturas en fachadas de construcciones emblemáticas, que aún hoy podemos ver, como los vítores que desde el siglo XVI aparecen en catedrales como las de Sevilla, antecedente claro del graffiti moderno, o directamente los murales, desde Miguel Ángel a Diego Rivera.

Igualmente, parece que el *street art* ha seguido la misma evolución, desde el *graffiti*, donde directamente se trabaja sobre el muro en bruto, al *postgraffiti*, donde la preparación previa es opcional y puede ir desde unificar el color del muro a las más diversas técnicas de encolado. Lo que tiene en común a lo largo de la historia todas estas representaciones en muros es el fuerte impacto que deja en el espectador y la clara intención de impresionar.

Centrándonos en el tema a tratar, comentar que el *graffiti* moderno surge en Filadelfia y Nueva York en la década de los setenta entre los jóvenes negros y de clase baja del centro de la ciudad. Y, aunque a continuación explicaremos la corriente de forma más detallada, primeramente aclararemos que su medio básico es la escritura, su espacio la ilegalidad y su mayor interés llamar la atención de su

propia subcultura<sup>1</sup>.

Con el cambio de siglo surge lo que se conoce como *street art* con claras influencias del arte pop, el comic y el new age. Nace a nivel internacional, porque su medio es global: internet. Los artistas de esta corriente tienen formación académica (arte o diseño), abandonan la escritura y la sustituyen por la imagen. Buscan la comunicación con el público, que se convierte en espectador inesperado y obligado de sus piezas u obras.

El término *graffiti* es divulgado en medios académicos del siglo XIX para definir las marcas e inscripciones descubiertas en las paredes de Pompeya (ver ilustración 1) por el arqueólogo Raffaele Garrucci<sup>2</sup>. Es decir, se produce un préstamo léxico en los años setenta, siendo la palabra, *graffiti*, tomada por la lengua inglesa para referirse a las inscripciones en aerosol y rotulador que plagaban el mobiliario urbano neoyorquino. Fue popularizada por la lengua inglesa, y de ahí se extendió al resto del mundo.

Según la RAE el término grafiti, castellanizado al liberarlo de una de sus “f”, (del it. *graffiti*, pl. de *graffito*) y siendo su primera acepción grafito, es un letrero o dibujo. Según esta definición, quedaría incluido todo lo enumerado anteriormente y no solo esto, sino también los dibujos y garabatos de los niños, los bocetos y caricaturas que realizaban los artistas en las paredes y además la *latrinalia*<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Cfr. STRIKE, CH. y ROSE, A., *Beautiful Losers. Arte Actual y cultura urbana*. Madrid, Iconoclast y La Casa Encendida, 2008, pp. 79-97.

<sup>2</sup> Cfr. GARRUCCI, R., *Graffiti de Pompéi: Inscriptions Et Gravures Tracées Au Stylet*. París, (2ªEd.) Benjamin Duprat, 1856.

<sup>3</sup> Escritura y dibujo en las letrinas o retretes. Sobre este tema véase DOBSON, S., “In Search of Bathroom Graffiti”, <http://youtu.be/J8Nlebv507Y> (Consultado 20/06/2014)

## EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO<sup>4</sup>

Como se ha aclarado anteriormente, el *graffiti* nace en la década de los setenta en Filadelfia y Nueva York bajo la exclusión vivida por los jóvenes negros de clase baja frente a la clase alta blanca dominante. Era una forma de “dejarse ver” en la ciudad, en vez de estar relegados en los suburbios. Estos jóvenes *bombardeaban*<sup>5</sup> la ciudad a base de *tags*<sup>6</sup> (ver ilustración 2). Empezaron por el metro, cubriendo los vagones *from-end-to-end*<sup>7</sup> o *from-top-to-bottom*<sup>8</sup>, marcando así físicamente su existencia. También en la superficie, a pie de calle, se pintan *cierres*<sup>9</sup>, señales de tráfico, paredes, etc. Todo espacio es susceptible de ser usurpado por el *escritor*<sup>10</sup>.

A diferencia de otras subculturas como el *punk* o el *grunge*, no se identifica por su vestimenta o su música, aunque se le haya querido tildar de una de las formas de expresión de la *cultura hip-hop*. El *graffiti* es coetáneo al *hip-hop*, pero mientras que en este el medio es la música, en el *graffiti* el medio es la *escritura*.

El *graffiti* pronto se expandió de forma internacional, porque aquello que en un principio fue un movimiento de una minoría marginada concreta fue adoptado como medio de expresión de otros grupos sociales en otras partes del mundo que se sentían igual.

Los núcleos más importantes están en Méjico y Sao Paulo, y al otro lado del charco destacan París, Londres, Berlín y Milán. A España llegó en la década de los ochenta en plena movida. El principal representante del *graffiti* en nuestro

---

<sup>4</sup> Todas las definiciones sobre vocabulario específico en este apartado y en el siguiente han sido contrastadas en páginas webs y libros que aparecen en la bibliografía. Cfr. 149<sup>st</sup>, “Writer’s Vocabulary”, <http://www.at149st.com/glossary.html> (Consultado 25/12/2013);

YOUNG, A., *Street Art, Public City: Law, Crime and the Urban Imagination*. Oxon, Routledge, 2014.

<sup>5</sup> Del inglés bombing. Son Tags repetidos de forma indiscriminada en cualquier parte posible. Cuantas más veces mejor.

<sup>6</sup> Firma del escritor.

<sup>7</sup> Pintar vagones de metro de punta a punta.

<sup>8</sup> Pintar vagones de metro arriba-abajo, ventanillas incluidas.

<sup>9</sup> Persianas metálicas.

<sup>10</sup> El graffitero se denomina a sí mismo como escritor, de ahí que su medio y producto sean la escritura.

país fue Juan Carlos Argüello más conocido como Muelle (ver ilustración 3), creador del estilo autóctono madrileño. Su *tag* acaba en una flecha que antes de llegar a su punta se desarrolla en forma de espiral. Así, existió un grupo de seguidores que prosiguieron con su estilo, haciéndose llamar *los flecheros* (porque la flecha siempre aparece en sus *tags*).

Es en los años noventa cuando se produce la llegada del estilo neoyorquino a nuestro país, que tiene una estética más salvaje y el mensaje se carga de temática política y social, del que está desprovisto el *graffiti* nacional hasta entonces.

Otros focos de interés son Barcelona, Valencia o Sevilla.

### **¿POR QUÉ HEMOS ESCOGIDO EL TÉRMINO *POSTGRAFFITI*?**

Para llegar a responder esta pregunta, tendremos que entender primero las diferencias entre *graffiti* y *street art*, términos que generalmente tienden a confundirse y son distintos en origen, desarrollo y fin con el que están propuestos.

El *graffiti* que ha llegado a nuestros días es la práctica que realizan los jóvenes urbanitas, consistente en escribir de manera repetitiva sus *tags* en la pared, ya sea con rotulador o con spray. Generalmente, estos jóvenes pertenecen a la clase obrera, provienen de barrios deprimidos, y no suelen tener formación artística específica. Tiene unas características específicas que lo hacen una corriente de actuación única y, por tanto, diferente al *street art*. Para explicarlo de forma clara y simple, diremos que el *graffiti* es un juego competitivo, y, tomando prestadas las palabras del profesor de BB.AA. de la Complutense de Madrid y especialista en graffiti Javier Abarca, “Sus practicantes [los del juego] aceptan y ponen en práctica un conjunto de reglas muy definido y cerrado. El juego consiste, [...], en escribir tu nombre en los espacios públicos, cuantas más veces mejor. Aquel escritor de *graffiti* que repite la presencia de su nombre hasta hacerlo sobresalir entre la masa

consigue el respeto de sus compañeros.”<sup>11</sup> Todo gira en torno a esa obtención de respeto por parte de los otros *escritores de graffiti*, y existen varias claves para conseguirlo. Una de ellas es esta repetición que ya hemos dicho del nombre, otra es la localización, es decir, dónde se escribe el nombre. A mayor visibilidad y mayor peligrosidad a la hora de ejecutarlo, mayor respeto ganado (ver ilustración 4).

Algo básico es la ilegalidad. De ahí, la importancia en la usurpación del espacio ya sea público o privado para hacerlo propio. Se da una reocupación del espacio ajeno, que se convierte temporalmente (el tiempo que dure hasta que sea limpiado) en propiedad del escritor.

Queda otro punto relevante en esta economía de prestigio que estamos describiendo, y que estratifica esta comunidad, se trata de la creatividad en la ejecución de la obra, del *style*. Existen gran cantidad de “estilos” dependiendo su realización: *pompa*<sup>12</sup>, *bloque*<sup>13</sup>, *dirty*<sup>14</sup>, *wild style*<sup>15</sup>, *character*<sup>16</sup>, etc. Al empezar a explicar el *graffiti*, hemos dicho que es un juego cerrado, y lo es porque aunque todos visualicemos el trabajo realizado, solo el resto de *escritores* lo entienden, es exclusivista.

El *street art*, en cambio, es contrario a esta forma de pensamiento. No hay competitividad y es abierto. El *street art* engloba todas aquellas manifestaciones artísticas que se dan en el espacio público y que no siempre tienen que estar autorizadas. Actuaciones e intervenciones que no sólo tienen que ser gráficas, incluyendo instalaciones, videos, proyecciones, etc. Los artistas que siguen esta corriente suelen ser de clase media o media-alta, tienen estudios académicos

---

<sup>11</sup> ABARCA, J., “El arte urbano como agente facilitador de los procesos de gentrificación”, *Prensas Universitarias de Zaragoza*, Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana, 2009, p. 54.

<sup>12</sup> Letras de formas redondeadas.

<sup>13</sup> Letras de formas rectas, se huye de las diagonales, importancia de los planos verticales y horizontales.

<sup>14</sup> Estilo complejo de letras deformadas.

<sup>15</sup> Letras salvajes y agresivas. Importante su ilegibilidad.

<sup>16</sup> Estilo de letras acompañadas por uno o varios dibujos.

relacionados con el arte, en los que han desarrollado sus carreras profesionales. Es normal que estos artistas trabajen como diseñadores, publicistas o con galerías. La diferencia primordial entre el *graffiti* y el *street art* es que el segundo busca comunicarse con el público, no un público cerrado e iniciado como ocurre con el *graffiti*, sino público en el más amplio sentido de la palabra. Su interés es provocar un diálogo con el espectador casual, que se encuentra con su obra. Su mensaje puede, pero no tiene por qué, estar cargado de significado crítico, político o social, puede ser solo por diversión. Eso sí, lo hará a través de un lenguaje irónico y satírico. Por eso adopta un lenguaje fácil, legible y comprensible, compuesto primordialmente por imágenes, que forman parte del imaginario visual del público. No solo hace uso del spray o el rotulador, sino que sus herramientas han evolucionado hacia el *stencil*<sup>17</sup>, radicando su complejidad en la cantidad de capas usadas en cada pieza. Su espacio urbano por excelencia son los barrios en proceso de *gentrificación*, siendo un factor de revitalización de los mismos<sup>18</sup>.

Existen diferentes formas de *street art* y diferentes voces para referirse al mismo, aunque no quieran decir exactamente lo mismo.

Hoy en día usamos de manera indistinta la palabra *graffiti* y *street art*. Si el *graffiti* tiene su origen en el último tercio del siglo XX, el *street art* nace pocos años antes del cambio de siglo. Es cierto que ambos provienen de la mezcla de varias tendencias como el *skate*, el *punk*, el *guerrilla art*, el *culture jamming*<sup>19</sup>.

Mientras que *street art* o *urban art* tienen un significado idéntico, siendo el uso común anglosajón el de *street art* y en español la traducción de *urban art*, *arte urbano*, para desligarlo del concepto peyorativo de “callejero”.

El *guerrilla art* nace como movimiento underground en la década de los ochenta, como respuesta a la apropiación del espacio público por parte de las

---

<sup>17</sup> Plantilla.

<sup>18</sup> Véase capítulo III.

<sup>19</sup> Movimiento de resistencia a la cultura de masas.

empresas publicitarias (*culture jamming*), usando estrategias de contrapublicidad. Destacan en la escena grupos como Provos. Así, todo *guerrilla art* sería considerado *street art*, pero no todo el *street art* es *guerrilla art*. Banksy, KAWS o el malagueño Rogelio López Cuenca (ver ilustración 5) estarían incluidos en este tipo de artista.

Existen dos formas de *street art*, diferenciando aquellas que son gráficas de las que no lo son, que son las que intervienen el espacio físico del transeúnte. Estas últimas se despojan del bagaje del *graffiti*, son intervenciones del mobiliario urbano o instalaciones en el mismo, que juegan con el espacio que ocupan subvirtiendo o modificando su significado, convirtiéndose en *ready-made* de libro, en el que el objeto se vacía de su significado y se le dota de uno nuevo. Por ejemplo, las intervenciones del artista madrileño SpY (ver ilustración 6) o del francés Clet Abraham.

El otro tipo, serían las intervenciones gráficas, constituidas por imágenes que se han convertido en logos del artista, ya sea por repetición del motivo o icono, o porque su estilo en la representación de estas imágenes sea reconocible (ver ilustración 7). Se hace uso de la *pegatina*, la *plantilla* o el *cartel*.

Dentro de este último grupo estaría el *postgraffiti*. Este es un arte gráfico, pero forma parte del arte con consentimiento o permitido, es decir, que una entidad ya sea pública o privada le ha dado permiso para realizar la obra. Es un arte legal, es la rama más edulcorada del *street art*, que sigue limitando el espacio y el tema aunque sea de forma superficial. Se ha elegido en este trabajo el término *postgraffiti* que en algunos ámbitos se remite solo a la realización gráfica del *street art*, porque a finales de los años setenta y a lo largo años ochenta hubo un intento por descriminalizar el *graffiti* para poder así convertirlo en un artículo de consumo. Se originó en Nueva York, domesticando y depurando el *graffiti*, llevándolo a las galerías de arte. Ejemplo de esto son la Fashion Moda Gallery abierta en 1978 por Stefan Eins, que participó en la Documenta 7 Kassel en 1982 o la Fun Gallery en

1981 por Patti Astor y Bill Sterlling. A su vez se crearon asociaciones de artistas dentro del marco legal como la UGA (United Graffiti Artists) en 1983, que promovía las exposiciones y la venta de lienzos en aerosol. Algo que en su momento tuvo un éxito superfluo y limitado en el tiempo, parece que está teniendo ahora su momento álgido con una oleada nueva de artistas que han sabido hacer uso de la herencia pasada. Los artistas del *postgraffiti* trabajan no solo en el marco de lo legal (algunos como el caso del grupo BOAMISTURA sí ocurre así), pero gran parte de su obra si queda englobada en ello. Artistas que han invertido la dirección de la cadena de montaje de la máquina cultural, ellos a diferencia de los *sprayers*<sup>20</sup> de las últimas décadas del siglo XX, no han sido atraídos por el mercado del arte, sino que han sido conscientes del funcionamiento del mercado y han decidido trabajar para él, aunque siguen volviendo a flirtear con la ilegalidad por miedo a perder su esencia. Así definimos el término *postgraffiti* como una rama del *street art*, solo en su faceta gráfica, que se mueve en el espacio de lo legal y trabaja para instituciones ya sean públicas o privadas, como ocurre en la realización de *gentrificación del Soho*.

Como dijo el comisario y galerista americano Aaron Rose “[...] la vanguardia es un estado perpetuo.”<sup>21</sup> Jóvenes rebeldes que buscan algo diferente y fuera del establishment que acaban formando parte del mismo y convertidos en artistas consagrados y reconocidos. En el caso del *postgraffiti* sería a la inversa.

### **I.1.1 TÉCNICAS Y MATERIALES**

Mientras el *graffiti* tradicional se limita al uso rotuladores, tubos de betún y la pintura en aerosol a mano alzada, el *street art* adopta nuevas técnicas.

A continuación, una lista de las técnicas más usadas, especificando cuales son adoptadas por el *street art* en general y cuales específicas del *postgraffiti*.

---

<sup>20</sup> Artista que trabaja con el aerosol o spray.

<sup>21</sup> STRIKE, CH. y ROSE, A., *ibid.*, p. 51.

- *Stencils*: Plantilla, que en su forma básica sustituye al *tag* del *escritor de graffiti*. Se compone de un icono o imagen gráfica que se repite sistemáticamente como en el *graffiti* y sirve para identificar al autor. En los últimos años ha evolucionado, utilizándose como medio de trabajo, no sólo como firma, en el que la que el artista puede trabajar con ella en gran tamaño. La dificultad recae en las capas y en el dibujo realizado. Permite un trabajo rápido y resistente a las inclemencias del tiempo (ver ilustración 8). El artista francés Blek le Rat fue el creador del *stencil* en gran formato. En francés recibe el nombre de *pochoir*. Los materiales son desde papel, cartulinas o cartones. Uso de pintura plástica no sólo los aerosoles con sus diferentes boquillas. Otros artistas que hacen uso de esta técnica son Banksy u Obey.

- *Paste-up* o *wheat paste*: papel encolado o engomado. Uso de la técnica del cartel o póster publicitario. Que pueden aparecer como *cutouts* (siluetas o perfiles). Pueden estar hechas a mano o de forma industrial. Su durabilidad es menor, puesto que es más vulnerable a los agentes externos. En Málaga podemos encontrar algunos de D\*Face, que dejó a su paso durante su colaboración en el MAUS. Se usan papeles finos como el bond o de periódico que permiten una mayor adherencia a las superficies y absorben mejor la cola o el engrudo (ver ilustración 9).

- *Stickers*: pegatinas que representan la obra del artista en miniatura, que sirven para bombardear la ciudad. Para muchos artistas también sirve de *tag*. Suelen intercambiarse y coleccionarse en el mundo del *street art*. Como los *paste-ups* pueden estar realizados a mano o de forma industrializada, considerándose mejores los primeros (ver ilustración 10).

Todos los artistas suelen hacer uso de todas las técnicas aunque se decanten más por alguna. Tanto el *paste-up* como el *stencil* pueden darse en gran formato formando murales, aunque conlleva una mayor dificultad de realización.

Otras técnicas actuales son:

- *Led throwies*: luces leds, que llevan pegados una batería y un imán para poder ser lanzados a estructuras que contienen metal. Ya sean en soportes publicitarios o en superficies de inmuebles.
- *Laser Tag*: técnica para realizar escritura con láser proyectada sobre una superficie. Los láseres utilizados son de gran potencia, ya que las superficies elegidas suelen ser grandes fachadas de edificios.
- *Yarn Bombing*: técnica que cubre espacios con tejidos. Esta es la técnica de la artista estadounidense Olek.
- *Gif-fitti*: son piezas animadas. Necesitan de un periodo de realización más amplio que el resto de obras, ya que precisan de varias etapas de trabajo. La misma superficie se repinta con modificaciones del dibujo original para obtener imagen en movimiento. Las diferentes etapas del trabajo se graban y después se superponen colgándose en internet a modo de gif<sup>22</sup>. El nombre proviene de la unión de las palabras gif y *graffiti*. Su máximo representante es Insa.

Todas las técnicas explicadas forman parte del *street art*, pero sólo las tres primeras son utilizadas en el *postgraffiti*.

### **I.1.2. TECHNIQUES AND MATERIALS**

While traditional graffiti is limited to the use of markers, tar pipes and freehand spray paint, *street art* adopts new techniques.

Below is a list of the most used techniques, specifying which are taken by the *street art* in general and which ones are specific of *postgraffiti*.

- *Stencils*: Template, which in its basic form replaces the *tag graffiti writer*. It consists of an icon or graphic image that systematically repeated as into *graffiti* and

---

<sup>22</sup> Graphics Interchange Format. Formato informático para visualizar imágenes animadas de corta duración.

serves to identify the author. In recent years it has evolved, utilizing as working tool, not just as firm, the one in which the artist can work with it in large size projects. The difficulty lies in the layers and the drawing created. Allows a fast work and a resistant one to the weather (ilustration 8). The french artist Blek le Rat, was the creator of the *stencil* in large size. In French is called *pochoir*. The materials are from paper, to cardboard or paperboard. And using plastic paint and not only aerosols with different nozzles. Other artists who use this technique are Banksy or Obey.

- *Paste-up or wheat paste*: glued paper or gummed. Using the technique of advertising billboard or poster. What may appear as *cutouts* (silhouettes or profiles). They can be made by hand or industrially. Its durability is lower, as it is more vulnerable to external agents. In Malaga we can find some D\*Face's that he left in after his collaboration in the Maus. Fine papers such as bond or newspaper were used to allow a greater adherence to surfaces and a better absorbency of the glue and paste (ilustration 9).

- *Stickers*: Sticks that represent the work of the artist in miniature and it's used for bombarding the city. For most of the artists this is used too as a *tag*. They are usually interchange and collect in the street art world. As the *paste-ups* can be made by hand or in an industrialized manner, the first are considered to be better (ilustration 10).

All artists usually make use of all the techniques although they choose to use more some of them. Both, the *paste-up* and the *stencil* can be formed in large format murals, though involves greater difficulty of realization.

Other current techniques are:

- *LED throwies*: LED lights, which have attached a battery and a magnet to allow them to be thrown into structures containing metal, whether in advertising media or parts of buildings.

- *Laser tag*: Technique used for writing with laser projected onto a surface. The lasers used are powerful, since the surfaces chosen are usually large building facades.

- *Yarn bombing*: A technique that involves covering spaces with fabrics. This is the technique of American artist Olek.

- *Gif-fitti*: are animated pieces. They need a period of realization that is longer than to other works, as they need several stages of work. The same surface is repainted with modifications of the original design in order to obtain a moving image. The different stages of the work are recorded and then overlapped, uploading it on the internet like a gif<sup>23</sup>. The name comes from the union of words gif and *graffiti*. Its maximum representative is Insa.

All techniques explained are part of *street art*, but only the first three are used in *postgraffiti*.

## **I.2 ORÍGENES Y PRECEDENTES: MUSEALIZACIÓN DEL STREET ART**

En los ochenta existe un grupo de *graffiteros* que hicieron incursiones en el mundo de las galerías de arte, a los que se intentó desvincular de la parte oscura del movimiento, de las calles, de la ilegalidad y de su estigma de vandalismo. Esta práctica en aerosol se realizaba sobre lienzos y se exponía en el interior de las galerías, en sus paredes vacías de contexto. Se vaciaba así este arte de significado y fin primordial, usurpar el espacio urbano para hacerlo propio. Así, se le otorgó el nombre de *postgraffiti*. Surgieron galerías y asociaciones para el *postgraffiti* expofeso, como UGA (United Graffiti Artists) y NOGA (Nation of Graffiti Artists) que ya aparecen en el epígrafe anterior. Un arte fuera del establishment que quedó durante un breve tiempo enjaulado por él.

La diferencia entre el momento de auge vivido en los ochenta y el que surge al comienzo del siglo XXI es primordial. El *street art* no pretende ser el lenguaje

secreto de una subcultura, ni cuenta con la ingenuidad de los primeros *escritores*, sino que se presenta como un movimiento artístico con claras muestras de crítica social, política y económica cuando está hecha por el artista o colectivo sobre el espacio público en el marco de la ilegalidad. Estos mismos artistas que gustan de expresarse en el espacio urbano, son también muy conscientes de que pueden vivir de lo que les gusta. Así que son ellos los que deciden hacer uso del mercado del arte y convertirse en autores de *postgraffiti* que con un mensaje mucho más filtrado y prácticamente vaciado de carga crítica ocupan el espacio privado o público, depende de la institución o empresa para la que estén trabajando, y actúan a la luz del día dentro de la legalidad, ganándose en parte una fama de vendidos, pero que ellos niegan, afirmando que de un modo u otro ocupan un espacio y se sienten dueños de él. Para ellos es una forma diferente de llevar el arte a más partes.

Desde hace ya unos años se van creando una serie de eventos que demuestran el auge con el que se está viviendo este movimiento por parte de las instituciones y la acogida por parte de la ciudadanía.

“Still on and non the wiser” tuvo lugar en Febrero de 2007 en la Kunsthalle Museum de Barmen, Wuppertal una exposición de once artistas: Os Gemeos, DAIM, Daniel Man, Pius Portmann, Heiko Zalhmman, Tasek, Tilt, Zevs, Miss Van, Stohead y Herbert Baglione. Artistas con raíces en el *graffiti*, pero con evolución a un estilo propio. El montaje contó con instalaciones y lienzos.

En 2007 en Argentina, uno de los lugares del mundo con más tradición de *street art*, realizó una exposición en el Centro Cultural Ricardo Rojas-UBA en Buenos Aires que fue realizada gracias a la labor del comisario Máximo Jacoby, que provocó la repercusión suficiente como para que un año después se inaugurara “Ficus Repens” en el Palais de Glace. Se crearon para ella unas estructuras de gran tamaño, 5x10 mtrs, que empequeñecían el espacio circular original.

---

<sup>23</sup> Graphics Interchange Format. Informatic format used to display animated images of short duration.

Participaron cincuenta artistas. Con esta exposición se pensó en darle un espacio a este arte que hasta entonces se le había negado. Se le sacó de la calle y se le dio su hueco como obra de arte.

La Tate Modern de Londres es el primer museo público que realizó una exposición de *postgraffiti* (ver ilustración 11). En 2008 y bajo el título “Street Art” presentó una exposición de seis artistas aclamados internacionalmente: Blu (Bologna), el colectivo Faile (Nueva York), JR (París), Nunca y Os Gemeos (Sao Paulo) y Sixeart (Barcelona). El museo utilizó la fachada y los exteriores del edificio como lugar de exposición. Además se complementaba con la realización de un *site-specific art tour*, es decir, que las obras se habían hecho expresamente para el tour siendo el contexto vital para que las obras tuvieran sentido. Se hacía a pie, mostrando obras en las calles aledañas al museo que recibía el nombre de “The Street Art Walking Tour” compuesto por piezas de cinco artistas con residencia en Madrid: 3TTMan, Spok, Nano 4814, El Tono y Nuria. Esta exposición marco una antes y un después en *street art* y su valor dentro del mundo del arte. Mientras que en los ochenta se había intentado enjaular, aquí parecían estar en un ámbito más propio para ellos, no dejaba de ser un espacio museográfico, pero el programa se había adaptado a la obra y no al contrario.

La exhibición “URBAN AFFAIRS-Street Art Berlín 2008” tuvo lugar en una cervecería abandonada (Friedrichshöhe) del este de Berlín. Se consideró que las paredes en deterioro eran el perfecto soporte. En su momento fue la exposición de arte urbano más grande de Alemania contando con más de cuarenta y cinco artistas. La ciudad es referente y capital del *arte urbano* europeo debido que entiende este arte como parte de su propia cultura. Otra prueba de ello es que cuenta con la galería de arte urbano más grande del mundo: La East Side Gallery (1990). Su espacio es ocupado por una sección salvada del Muro de Berlín de 1.316 mtrs de longitud, recorriendo la ribera del río Spree. Documentan la sensación de libertad y esperanza de 101 artistas como consecuencia del fin de la

Guerra Fría. Con el fin de su conservación fue restaurada en 2009, tras haber perdido algunos murales en 2006.

En Holanda, en 2011, la fundación ASA (Amsterdam Street Art) organizó su primer evento (ASA Project) con el fin de dar reconocimiento al *street art*. El proyecto reunió a artistas nacionales e internacionales (Países Bajos, Alemania, EE.UU., Canadá, etc.). En 2014 salta del viejo al nuevo continente ya que el evento en su cuarta edición ha tenido lugar en la Art Basel de Miami. La Art Basel lleva dando cabida al *street art* y al *graffiti* desde 2010.

En el stand del PAÍS de la Feria de ARCO 2012 (Madrid) estuvieron invitados seis artistas de *postgraffiti* entre ellos: Neko, Nuria y Spok.

A lo largo de estos años no solo ha ido creciendo el número de exposiciones de forma exponencial a nivel mundial, sino que se dan festivales y ferias que sirven de lugar de encuentro, discusión y difusión del *street art* como La Poliniza (Festival de Arte Urbano de la Universidad Politécnica de Valencia) que en 2014 va por su novena edición. Las instituciones buscan a estos artistas no solo para exposiciones sino para que decoren sus fachadas, usándolas como lienzo para sus obras como puede ser el caso del edificio de la Tabacalera de Madrid proyecto promovido por Madrid Street Art Project y el Ministerio de Cultura que ha cubierto sus muros con la obra de 32 artistas en Mayo de 2014. También muy relevantes Musas la Feria de Arte Urbano de Berlín que se celebra en la antigua estación de trenes del Postbahnhof, la BAU (Bienal de Arte Urbano) Latinoamericana que en Octubre de 2014 ha tenido su tercera entrega o el Festival Artscape 2014 en Malmö, Suecia. A esto hay que sumarle las galerías que se han especializado en arte urbano como la Delimbo Gallery en Sevilla, que en 2013 trajo a la artista Olek conocida por sus trabajos con croché que cubrió de color con esta técnica (*yarn bombing*) la estatua del Cid de Puerta Jerez (ver ilustración 12). El CAC Málaga, en el mismo año, presentó la exhibición de arte urbano más grande de España. “At home I’m a tourist” contó con 1350 piezas de la colección de Selim Varol. La

estética del montaje recordaba a las primeras galerías norteamericanas de la década de los ochenta como la Alleged de Aaron Rose.

Las obras de artistas como Banksy han alcanzado precios impensables, por ejemplo, en 2010 se subastó una de sus piezas en Christie's por 169.250 libras. Estas obras han adquirido tal valor en el mercado del arte, que se vuelven objeto del oportunismo, es decir, cuando aparece una nueva obra del artista, el afortunado propietario extrae de la pared para su venta la obra, como si fuese el *stacco* de una virgen románica, o vende directamente la finca por un alto precio.

En 2014 ha tenido lugar en España la primera subasta de Street Art en Madrid, la SAU (Subasta de Arte Urbano) organizada por el PAC (Plataforma de Arte Contemporáneo) y la IAM (Ink and Movement).

El hecho de que en muchos casos estas formas pretendan potenciar arte urbano, no dirime al artista Banksy de sentenciar de la siguiente forma "Cuando el *graffiti* es legal deja de ser *graffiti*". El *graffiti* (aquí se generaliza con el significado de la palabra) convertido en mercancía pierde su significado.

## **CAPITULO II ACTUALIDAD. MARCO LEGAL**

El Ayuntamiento de Málaga recoge en la Ordenanza para la Limpieza de Espacios Públicos y Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos<sup>24</sup>, literalmente expone:

En el Título II: Limpieza de Espacios Públicos; Sección Cuarta: Obras en la Vía Pública; Capítulo Cuatro.- Colocación de Carteles, pancartas, banderolas, pintadas y reparto de octavillas en la vía pública.

---

<sup>24</sup> Vid. Málaga. Edicto 5564/2009, sobre la Ordenanza Municipal para la Limpieza de Espacios Públicos y Gestión Integral de Residuos del Ayuntamiento de Málaga (BOP nº 93, 18 de Mayo de 2009).

Art. 33.-

Se prohíbe la realización de pintadas y demás actos que conlleven impregnación temporal o duradera tanto en las paredes visibles de la vía pública, edificios, monumentos, mobiliario urbano, elementos estructurales o cualquier otro espacio público. El Ayuntamiento exigirá al autor la restitución del daño causado.

- Se exceptúan de la anterior prohibición las pinturas murales de carácter artístico y las del arte urbano del grafiti que se realicen con la autorización del Ayuntamiento.

Las sanciones recogidas en el TÍTULO IX hacen referencia a las prohibiciones dadas anteriormente, que pueden alcanzar hasta los 3.000,00 euros.

## **CAPITULO III. EFECTO MAUS**

### **III. 1. DEL BARRIO DEL ENSANCHE AL SOHO**

Desde que el Sábado, 11 de Septiembre de 2010, se procediera a rebautizar el barrio del Ensanche de Heredia en Málaga en barrio del *Soho* se han producido muchos cambios. De hecho, el barrio vive un continuo estado de cambio y evolución con el que busca su definición como barrio cultural de la ciudad. Para poder acceder a este nuevo estatus cultural, el barrio ha tenido que desvincularse de parte su bagaje, en ocasiones teniendo un resultado negativo y en otras positivo.

Para poder entender a día de hoy el por qué se ha producido este cambio de imagen estético tenemos que remontarnos a su origen como barrio del Ensanche.

Las bases de la Málaga actual tienen sus orígenes en la desamortización y en la ciudad industrial de mediados del XIX, todo el auge financiero que trajeron consigo los Heredia, los Larios y los Loring transformó la ciudad en su esencia, pero hizo falta cerca de un siglo para que el cambio fuera patente en su fisonomía

urbana. En el núcleo de esta Málaga se encontraba el ensanche, que en 1861 ya contaba con un plan y una traza coetánea a los de Madrid y Barcelona. Como bien expone Rafael Reinoso Bellido en su libro *Tipografías del Paraíso* (2003) “A pesar de que la ciudad dispone en una época temprana de un ensanche contemporáneo, de los primeros y más importantes del país, la poderosa burguesía de la ciudad no lo promoverá.”<sup>25</sup>, ya que estará (la burguesía) más interesada en convertir Málaga en una ciudad balneario. Se creó incluso una sociedad que promovía el turismo a través de mejoras urbanas y atracción de un público extranjero realizando actividades culturales, la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga (1897). Esta estrategia turística encabezada por el cónsul británico Alexander Finn, recuerda a lo que está ocurriendo ahora con el actual barrio del *Soho*.

Aunque en el primer Plan de Ensanche del arquitecto Moreno Monroy fechado en 1861, en donde se propone la disposición morfológica del espacio en manzanas y los barrios en clases, seguido de otros como el del arquitecto Emilio de la Cerda (1892), no será hasta el Plan de Ensanche de Daniel Rubio 1928/29 en pleno siglo XX, momento de propiciado por el auge turístico, durante la dictadura de Primo de Rivera cuando se establezca en el barrio los cimientos de la estructura urbana que conocemos actualmente.

Ya en la Posguerra, entre 1937-1960, durante el período conocido como las décadas autárquicas, se sucederán las primeras obras del puerto. “[...] el puerto por su parte también necesita parte de los terrenos para ampliar su zona de servicio. En Julio de 1939, el Ingeniero Director Tomás Brioso, plantea zanjar definitivamente el asunto de los suelos proponiendo que los suelos que quedan

---

<sup>25</sup> REINOSO, R., *Topografías del Paraíso. La construcción de la ciudad de Málaga entre 1897 y 1959*. Sevilla, Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga y Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Málaga, 2005, p. 25.

bajo la vía de cintura, [...], pasen al puerto [...].”<sup>26</sup> Tras estas directrices se encontraba la dictadura franquista, que hace uso del triángulo del Ensanche y del puerto para las edificaciones representativas del régimen. De este modo, adquieren importancia la fachada del puerto, la Plaza de la Marina y los edificios que dan al Paseo del Muelle Heredia. La arquitectura proyectada, salvando el Mercado de Mayoristas (actual sede del Centro de Arte Contemporáneo) de Luis Gutiérrez de Soto en estilo racionalista, serán marcadamente historicistas. El responsable de la arquitectura del puerto es el arquitecto José González de Edo, cuyo Plan de Ordenación Urbana fue aprobado en el B.O.E. Del 18 de Julio de 1950.

De los últimos años de la década de los cincuenta a mediados de los setenta se produce un desarrollo económico sin precedentes que recibió el nombre del *milagro económico español*<sup>27</sup> con la apertura del país al exterior que provocó la llegada del turismo de masas.

En esta época se produce un deterioro del centro urbano malagueño, en el que los ciudadanos se desplazan a las afueras buscando las comodidades de las que carecen las viviendas del XIX. Este movimiento del centro a la periferia será el origen del proceso de *gentrificación* actual que está sufriendo el barrio. No sólo esto causa el deterioro, sino que al no existir un plan de protección urbana y estando a merced de los promotores inmobiliarios, se produce uno de los momentos de mayor destrucción del patrimonio histórico-artístico.

Tras la salida de la crisis del petróleo se destinan los siguientes planes de

---

<sup>26</sup> REINOSO, R., *ibid.*, p. 19.

<sup>27</sup> Periodo de prosperidad económica entre 1959 y 1973 que comienza con las reformas políticas de los tecnócratas (Opus Dei) bajo la dictadura de Francisco Franco y que tiene su decadencia y fin con la crisis internacional del petróleo. MATÉS, J. M., “La economía durante el régimen de Franco (1939-1975)”, en PAREDES, J., (coord.), *Historia contemporánea de España (siglo XX)*. Barcelona, Ariel, 1998, pp. 822-832.

ordenación urbana de la ciudad como el PGOU<sup>28</sup> de 1983 de S. Moreno Peralta, J. Seguí y D. Quero elaborado para recuperación de la ciudad, o el Plan Especial para la Protección y Reforma Interior del centro de Málaga de 1990 (PEPRI Centro) que afrontará males que sufren los barrios céntricos, entre ellos el del Ensanche, sobre el abandono de estos barrios como habitacionales quedando relegados a tener vida en horario comercial y siendo inseguros en horas posteriores. Este plan dota al centro de la protección de los inmuebles en temas de rehabilitación y conservación. A este plan le sucedieron otros como el PGOU del 1995 que hace referencia a los proyectos de ampliación del puerto. Con el PGOU de 1996 se acelera la rehabilitación urbana del centro histórico a causa del alto estado de deterioro. Entre 1997 y 2007 son los años del boom inmobiliario español que es especialmente llamativo en la costa.

Por último y vigente en la actualidad el Plan de 2011, en el que se incluye la creación de un distrito cultural, el *Soho* o Barrio de las Artes de Málaga, reciclando el barrio del Ensanche del Muelle Heredia, con ideas de mejora del espacio público, actuaciones de revitalización y contando con la participación ciudadana. Se elige este barrio y no otro por su enclave estratégico como línea de unión entre el puerto y el centro. Por su diversidad cultural y sus posibilidades de renovación, características preferentes en el POCTEFEX<sup>29</sup> que será quién financie la mayor parte del cambio.

### **III. 2. CAC: DE MERCADO DE MAYORISTAS A CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO**

El edificio en el que hoy se ubica el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga nace del concurso convocado por el Ayuntamiento en 1938, ganado por el arquitecto Luis Gutiérrez de Soto y Juan Jáuregui Briaes. Aunque en el concurso aparezcan los dos arquitectos, ya en los planos del anteproyecto de meses

---

<sup>28</sup> Plan General de Ordenación Urbana.

<sup>29</sup> *Vid.* Capítulo III.3

posteriores solo aparecerá la rúbrica de Gutiérrez de Soto, aunque no fue el quien dirigió las obras sino el arquitecto E. Estévez Monesterio.

El edificio se encuentra haciendo bisagra entre la II República y la dictadura, algo que quedará patente en el lenguaje arquitectónico del mismo, marcadamente racionalista con una culminación historicista.

Se encuentra enclavado al oeste del barrio del Ensanche y actual *Soho*, en el límite oeste del barrio con el río Guadalmedina. Su planta se adapta a la explanada de forma trapezoidal. El estilo racionalista está claro en su funcionalismo, en sus líneas y volúmenes simples y puros. Así el edificio con forma de cuña se divide al interior en tres plantas.

La techumbre es plana y los elementos sustentantes son pilares que sujetan la estructura de hormigón.

Al exterior tiene una disposición marcadamente horizontal que viene reforzada por la superposición de los volúmenes cortados por una estructura en *cantiléver*<sup>30</sup> resguardando las puertas laterales.

La edificación culmina con una torre sobre terraza, que rompe con la horizontalidad. El edificio se haya decorado con los símbolos propagandísticos del régimen franquista, siendo prueba de la imagen de poder del gobierno existente en el momento.

El Mercado de Mayoristas fue inaugurado el 11 de Agosto de 1942 con una exposición agrícola e industrial de Málaga.

En 1980 debido al aumento de la actividad y a la necesidad de un mayor espacio, el edificio dejó de tener uso. Tuvo un amplio periodo de abandono, ya

---

<sup>30</sup> Voladizo, ménsula. Cualquier viga, travesañ u otro miembro estructural que se proyecta más allá de su miembro sustentante.

que no se le encontraba un nuevo uso y sufrió un gran deterioro. En este tiempo sirvió de cochera para los vehículos de la Policía Municipal.

Finalmente, en 1987 empiezan los trámites para ser incoado como BIC dentro de la tipología de monumento histórico por ser ejemplo singular de la arquitectura racionalista andaluza, pero no será hasta la década de los noventa que no comience el proceso de restauración. Concretamente la rehabilitación comienza en 1999 siendo su objetivo dar sede al Centro de Arte Contemporáneo de la ciudad.

El arquitecto encargado de devolverle al edificio su fisonomía original es Miguel Ángel Díaz Romero.

Tras su finalización la empresa Gestión Cultural y Comunicación S.L., propiedad de Fernando Francés, se hace cargo de la gestión del edificio, realizando ciertos cambios que se estimaron necesarios para una mejora museológica y museográfica del inmueble como la colocación de tabiques en los intersticios de los pilares. También se produjeron cambios externos como la neutralización del espacio homogeneizando el exterior en color blanco o la ocultación de los símbolos franquistas.

El 17 de Febrero de 2003 fue inaugurado el CAC Málaga, y abriéndose al público el 23 de ese mismo mes (ver ilustración 13).

A día de hoy, su disposición es la siguiente: en el sótano se encuentran las oficinas, sala de lectura, la biblioteca, los almacenes y el taller de conservación.

En la primera se sitúa la sala de actos, capacitada para cerca de 200 personas y en la superior se ubica las cabinas de traducción y los sistemas de audiovisual. Un total 6000 m<sup>2</sup> estando 2400 m<sup>2</sup> dedicados a espacio expositivo ubicados en la planta baja que se dispone en 5 salas: 3 de ellas para temporales, 1 para la permanente y 1 multiusos.

Desde su origen en 2003 sigue el modelo germano de “*Kunsthau*s” (casa de arte) que promueve y difunde proyectos innovadores en el mundo del arte contemporáneo. En esta línea, ha acogido más de 140 exposiciones siendo una docena aproximadamente colectivas y las restantes individuales. Este centro es hoy día considerado uno de los referentes del arte contemporáneo español por traer a figuras relevantes del arte contemporáneo internacional como Louise Bourgeois, Yoshimoto Nara, Julian Opie, Luis Gordillo, Per Barclay, Gilbert & George o Marina Abramovic.

Inscrito y declarado BIC el 9 de Febrero de 2010 dentro de la tipología de monumento como queda recogido en el B.O.J.A. del 03/03/2010 número 42 en la página 75, tras su incoación en 1987. Esto establece no solo la necesaria protección del perímetro edificio, sino su periferia, comprendiendo las parcelas, inmuebles y espacios públicos y privados de la Avda. Comandante Benítez y las calles Alemania y Navalón.

En todos estos años la dirección del centro ha estado a cargo de Fernando Francés, siendo relegido en 2007 por el Ayuntamiento de Málaga para seguir con esta labor, no sin cierta controversia tras haberse dejado desierto el concurso en Febrero de este mismo año, dejando fuera la oferta de Unicaja y realizando un segundo concurso en el que se adjudicó la gestión del Centro de Arte Contemporáneo a la empresa de Francés. Este nuevo contrato será de 10 años y contará para llevar a cabo su plan museológico con 28,6 millones de euros. Uno de los proyectos en mente es la ampliación del centro por el arquitecto Rafael Moneo.

### **III.3 GENTRIFICACIÓN**

La idea de regeneración y revitalización del barrio surge en 2009 de la propuesta ciudadana representada por la plataforma Salida de Emergencia. Esta tenía como base dinamizar el barrio para subsanar su deterioro creando una oferta

turística y cultural atractiva. Finalmente esta plataforma acabo siendo solapada por otra similar formada por comerciantes y vecinos del barrio que se llamó Soho Málaga. Los miembros de la asociación Soho Málaga pensaron que la palabra soho, cumplía perfectamente con la idea de lo que querían que fuera el barrio: soho es un distrito cultural, artístico y de vanguardia en una ciudad, que contiene diversidad cultural, servicios e interés turístico. Existen sohos de referencia en el mundo como los de Nueva York o Londres, lugares habitados por personas de diversos orígenes y culturas con intereses artísticos, que crean un barrio de identidad única, y esta es la imagen que se quería transmitir del barrio del Ensache, por lo cual la plataforma vecinal utiliza un término que en la mente común del colectivo se asocia a vanguardia y cultura, diversidad y comercio, y que además está extendido universalmente, enraizando una terminología clásica para un punto de encuentro nuevo. Así, no hace falta explicar qué es o qué ofrece ahora el barrio; su propio nombre habla. Marketing bien aplicado. Esta idea tuvo buena acogida por parte del gobierno municipal, que apoyó la idea. Idea que finalmente asumió como parte de un proyecto mayor, que de una u otra forma abarcaba la imagen que Málaga quiere dar al mundo (ciudad de la cultura).

Ahora bien, se parte de que la *gentrificación* es la medida por medio de la cual se revitaliza un barrio, un proceso relativamente nuevo, ya que ha aparecido en las últimas décadas, y donde los barrios degradados del centro de las ciudades occidentales son colonizados por la clase media, una clase media que ya había habitado estos barrios, pero que se desplazó a las afueras y periferia de la ciudad para alejarse de la concurrida vida urbana buscando un mejor nivel de vida.

En EE.UU. este fenómeno se viene dando desde los setenta y en Europa ya entrada la década de los ochenta. El proceso que podría haberse producido como una evolución natural en el barrio del Ensanche por parte de la sociedad en el ámbito urbano, se forzó por parte de la política municipal del Ayuntamiento, el

OMAU<sup>31</sup> y la empresa Sandflowers Arts & Culture Advisors SL.

En este caso la explicación de C. Hamnett con respecto a este proceso aglutina de forma bastante acertada las dos opiniones que se postulan de la ciudad de Málaga “Mientras los procesos de *gentrificación* para unos son la salvación de los cascos históricos, tras décadas de abandono por parte de las clases medias, así como un aumento de las bases impositivas imponibles, para otros representan una amenaza para las tradicionales clases obreras que allí habitan.”<sup>32</sup>

El Ayuntamiento parte de la idea de la asociación vecinal y adopta el nombre de la misma para su proyecto. Así, tiene que dar una serie de pasos preparatorios, en los que informan en mayor o menor medida a los vecinos del barrio. Podríamos decir que es una decisión que se toma por el pueblo, pero sin el pueblo.

En 2009 el proyecto *Soho Málaga* es adscrito al POCTEFEX<sup>33</sup> en el que colaboran los estados de España y Marruecos dentro la Política de Vecindad promovida por la Unión Europea en la cuenca Mediterránea. Dicho programa se beneficia de la subvención del FEDER<sup>34</sup> que financia el 75% del capital que el Ayuntamiento dedica a los diferentes proyectos que tiene adscrito al mismo. El presupuesto facilitado por el FEDER es de 1.375.000,00 euros destinado al reciclaje del degradado barrio del Ensanche de Muelle Heredia como distrito de arte, es decir, a *Soho*. El nombre *Soho* lo asume como marca identificadora de barrios cosmopolitas ligados a la cultura y a la diversidad. Así, se realizan actividades para promover este fin cultural, de comercio y de fomento entre empresas e instituciones públicas y privadas que sirvan de estructura o matriz bajo guía de un plan director. La gestión de estos fondos la está realizando el OMAU.

---

<sup>31</sup> Observatorio de Medio Ambiente Urbano.

<sup>32</sup> HANMETT, C., “The Blind Men and the Elephant: The Explanation of Gentrification”, *Transactions of the Institute of British Geographers*, New Series, Vol. 16, Nº2, 1991, p. 174.

<sup>33</sup> Programa de Cooperación Transfronteriza España – Fronteras Exteriores.

<sup>34</sup> Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Fases importantes que se han llevado o se están llevando a cabo en este momento son la adecuación del espacio público de la zona de la que es responsable la Gerencia de Urbanismo.

En una primera fase se procedió a la mejora en pavimentación, redes de abastecimiento y puntos de luz en las calles Tomás de Heredia y Casas de Campo.

En una segunda fase la mejora se ha producido en la plaza Poeta Alfonso Canales que conecta calle Casas de Campo y plaza Poeta Alfonso Canales. Se potencian los espacios públicos y ciudadanos a través de la peatonalización de dichos espacios y se facilita la accesibilidad al barrio desde la plaza de la Mariana por dicha plaza (ver ilustración 14).

Por otro lado, Promalaga<sup>35</sup> a través de las ayudas de Iniciativa Urbana, también dentro de las subvenciones del FEDER, promueven la renovación y creación de nuevas empresas dentro de la innovación tecnológica, cultural y creativa.

Estos factores, como son la mejora urbanística y el impulso empresarial a nivel cultural y de servicios que son necesarios para el proceso de *gentrificación, postgraffiti*.

El arte es uno más de los factores de atracción al barrio. Si en otros sohos el *street art* se da de forma natural, aquí hay que aplicarlo de forma artificial. En el barrio del *Soho* este factor se lleva a cabo mediante en el proyecto MAUS (Málaga Arte Urbano en el Soho).

Con la idea de diferenciar al barrio del resto, por hacerlo único, se creó un concurso para crear un logotipo del barrio. La propuesta ganadora fue “Soho Puentes”, de Ildefonso y Manuel Martín, y fue decidida por votación ciudadana (ver

---

<sup>35</sup> Empresa creada por el ayuntamiento de Málaga en 1987 para el fomento e impulso empresarial de las pymes.

ilustración 15). A ello añadir que se ha creado mobiliario urbano y luminaria específica para la zona, de lo que se encargó la empresa COSPEL por 170.000,00 euros, instalándose así 27 bancos de diferentes formas y tamaños, 50 alcorques para farolas, 4 equipos de señalética de lámparas led, una columna de acero y 7 proyectores de imágenes. Todos estas incursiones y modificaciones que se realizan en el barrio para su revitalización, no son solo buscando el turismo, sino nuevos habitantes del barrio con un perfil concreto (ver ilustración 16).

Las consecuencias a la *gentrificación*, ya la estamos viviendo. Es cierto, que se ha mejorado la fisonomía del barrio, que atrae a una sociedad de un status medio-alto, que se identifica con lo novedoso, bohemio y cultural que ofrece, así como la oferta de ocio y consumo, pero el problema o la consecuencia negativa es que estos nuevos vecinos acaban echando a los anteriores, ya que el nivel de vida y económico del barrio ha subido, como está ocurriendo en los barrios de San Pablo y La Magdalena en Aragón. Es decir, se crea una forma de conservación de un barrio que simplemente mantiene lo físico, aunque remozado, continua con la ubicación, pero alejando la esencia y humanidad del barrio original.

Se establece por esta *gentrificación* forzada una nueva jerarquía o disposición urbana, volviendo la sociedad a establecerse en torno al centro de la ciudad, creando una nueva metrópolis contemporánea que termina por echar a las familias de clase baja.

Este ecomuseo del *postgraffiti*, donde la propia ciudad es “comisaria” y “exposición” y donde se llega a vincular el propio patrimonio con la identidad de la geografía que lo sustenta destaca por lo novedosa de su planteamiento. En este caso el atrevimiento viene dado del orden, en vez de crear un museo al aire libre que refleje la cultura antropológica del territorio, se crea un museo, una señal artística con la identidad que queremos ofrecer como imagen, y poco a poco se va adecuando el territorio y su gente a esa imagen cultural que ya se ha predeterminado como positiva.

Todo eso no quita que el *Soho* haya recibido el premio Copa España Creativa, otorgado por la Universidad Rey Juan Carlos en el marco del III Forum Endesa de Ciudades y Territorios Creativos de España (Las Palmas de Gran Canaria).

### III.4 ¿QUÉ ES EL MAUS?

El MAUS (Málaga Arte Urbano en el Soho) nace con la intención de dotar de una identidad única al *Soho* Málaga (ver ilustración 17). El proyecto está enmarcado dentro de las actuaciones del Plan Director del Soho bajo la coordinación del OMAU y supervisión del Ayuntamiento de Málaga, por lo tanto, es dentro del POCTEFEX y recibiendo parte de la subvención de la UE que aporta el FEDER. El encargo del proyecto se hace a la empresa Sandflowers Arts & Culture Advisors SL de la que es administrador y responsable Fernando Francés. Con referencia al contrato de la empresa del Director del CAC para la gestión del proyecto, que tan sólo contaba con unos pocos meses de vida (inscrita en el Registro Mercantil de Málaga el 14 de Diciembre de 2012 y siendo la fecha de arranque del MAUS el 29 de Mayo de 2013) el Ayuntamiento, amparándose en la ley de contratos del sector público<sup>36</sup>, informa que se debe a que Sandflowers Arts & Culture Advisors SL contaba con la exclusividad de los artistas que tenían previsto participar en el proyecto.

En resumen el proyecto MAUS es el conjunto de varias acciones que se engloban dentro del *street art*: música, teatro, fotografía y *postgraffiti* en la vía pública vienen a componer esta acción cultural cuya función primordial era dinamizar el barrio del *Soho*.

La primera muestra física fueron dos pegatinas (forma de difusión y comunicación de los artistas de *street art*) que aparecieron en el distrito centro con

---

<sup>36</sup> Vid. España. Real Decreto legislativo 3/2011, de 14 de Noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (BOE nº 276, 16 de Noviembre de 2011).

silueta de cabeza de ratón similar a la de Mickey Mouse. Una de ellas llevaba inscrita la palabra MAUS, que fonéticamente se pronuncia igual que la palabra ratón en inglés. Del mismo modo que el uso de las pegatinas es propio del *street art*, la imagen del ratón también es representativa de esta práctica artística, hace referencia a la parte ilegal de la misma (a la práctica amparada en la nocturnidad para realizar actuaciones sobre paredes públicas y privadas, consideradas actos de vandalismo). Esta imagen del ratón también hace referencia a la figura del artista callejero más relevante en estos momentos, Banksy (ver ilustración 18). Como explicamos, en el capítulo I el artista de *street art* se distingue del *graffitero*, porque ya no se identifica con un *tag* y a través de la *escritura*, sino que lo que lo diferencia de los otros practicantes es el estilo y la repetición de un motivo o motivos que sean reconocidos como firma. La imagen del ratón/rata, por tanto, es una de las imágenes que se han convertido en firma de Banksy. La otra, con la misma silueta llevaba un *código QR*<sup>37</sup> (ver ilustración 19) que enlazaba con un video de presentación del proyecto MAUS colgado en youtube<sup>38</sup>. Nos encontramos ante la vampirización de dos elementos propios del *street art*, que aquí son usados como medios publicitarios, como imagen de marca y promoción de un proyecto que aunque su fin sea el espacio público y promovido con dinero público, no deja de estar bajo el auspicio de una empresa privada (Sandflowers Arts & Culture Advisors SL).

A estas pegatinas que anunciaban la vida del proyecto le siguieron una serie de acciones y actuaciones, que pasamos a enumerar para tener una idea general de la dimensión del MAUS, aunque solo nos detendremos en la referente al *postgraffiti*.

---

<sup>37</sup> Código QR (quick response code o código de respuesta rápida). Es un módulo para almacenar información creado en 1994 por la compañía japonesa Denso Wave. Son códigos de barras bidimensionales, cuyo objetivo es que el código lea el contenido a alta velocidad. *Cfr.* DENSO WEB INCORPORATE, "Códigos QR",

[www.códigos-qr.com](http://www.códigos-qr.com) (Consultado 12/09/2014)

<sup>38</sup> *Cfr.* SOHOMLG, "MAUS", <http://youtu.be/Xa5bfE-2gvc> (Consultado 22/06/2013)

El SMS Festival (Soho Málaga Sound Festival) que este verano de 2014 ha tenido su segunda edición (ver ilustración 20). El festival estuvo dirigido por Sandra Pedraja (pareja de Fernando Francés) y contó con las actuaciones de grupos musicales consagrados como Pony Bravo y El Columpio Asesino entre otros. Otra iniciativa bajo el nombre A pie de calle estuvo compuesta por teatro callejero y conciertos en la calle, el teatro representado por las compañías La Mordiente y Flamen Comedia y los conciertos por Calle Manouchette, Aquí Estoy, Pepe L'Amour y la Chicolini Orquesta y la Silueta Porteña. Dispara-T (ver ilustración 21) fue una muestra fotográfica expuesta en los balcones de las casas del barrio en la que participaron los artistas: Ana Belén Fernández, Eva Nilsen, Ignacio del Río, Jaro Felices, José Luis Moreno, Juan Ramón Carneros pardo, Mónica Vázquez de Ayala, Paula Vicenti, Roberto Mitrotti, Virginia Rota, Noelia García Bandera, Adela Aguilera, Celeste Vincenti, Helena Delgado, Sandra gallardo, Jesús Chacón, Miguel Torés, Mónica Sánchez Robles y Sergio Cosme. Okupart, que como su propio nombre indica se trató de exposiciones fotográficas de artistas locales dentro de numerosos portales del barrio. Además de mercadillos y talleres al aire libre.

El MAUS, hasta este momento, ha estado dividido en dos fases; La primera en la Primavera-Verano de 2013 y, la segunda en Otoño de 2013.

Así todas las intervenciones que ya han sido nombradas han tenido lugar en la segunda fase del MAUS, en Otoño de 2013.

Aclarar que las obras de gran formato que delimitan el espacio geográfico del *Soho* siguen el espíritu cosmopolita que se le quiere aportar al barrio, llenando las imágenes de un contenido benévolo y amable pero también vaciándolas de autoctonía, ya que las mismas obras podrían pertenecer a cualquier ciudad, a cualquier muro. Con ello se crea un vínculo donde el turista/visitante, normalmente ajeno a la propia idiosincrasia andaluza, no está excluido del significado de estas obras, ampliando el concepto de obra hecha en Málaga a obra hecha para el

mundo (para todo el mundo).

Por otra parte, en las obras que se realizan en el interior del *Soho* sí se nota un carácter más propio, a la vez que un tono un poco más crítico, jugando con imágenes obreras, tipismos, o con el morado y verde malagueño. Dentro, se sigue siendo barrio.

Primeramente analizaremos aquellas que pertenecen al proyecto *Soi Málaga* (*Soho Outdoor Intervention Malaga*), que se desarrolla por las fachadas de los bloques y casas de vecinos del mismo. Se distribuye como una galería al aire libre permanente que sorprende al viandante convirtiéndolo en espectador-asistente a esta exposición sin itinerario definido, que solo tiene como límite las lindes del barrio

En los meses de Mayo, Junio y Julio tuvieron lugar las intervenciones del grupo madrileño BOAMISTURA (Madrid, 2001), ROA (Gante, 1976), Andi Rivas (Cádiz, 1975), Manuel León (Villanueva del Ariscal, 1977) y Pejac (Santander, 1978).

BOAMISTURA (del portugués, Buena Mezcla) nace en 2001, colectivo de artistas urbanos con una formación académica diversa, pero con relación al ámbito artístico, de ahí el nombre. Los integrantes del mismo son dos licenciados en Bellas Artes (Pablo Ferreiro y Juan Jaume alias Arkoh y Derko respectivamente), un publicista (Pablo Purón alias Purone), un arquitecto (Javier Serrano alias Pahg) y un ingeniero de caminos (Rubén Martín alias rDick). Son conocidos por su trabajo como diseñadores de publicidad para grandes empresas como El Corte Inglés, aunque la mayoría de sus obras llenan el espacio público de mensajes positivos. Han colaborado con sus murales en proyectos sociales para la ONCE o Cruz Roja. Además de haber intervenido en ciudades como Berlín (Unarmung, 2009), Sao Paulo (Luz nas Velas, 2012) y en la actualidad en las calles de Madrid, bajo el nombre "Te comería a versos" han llenado los pasos peatonales de frases positivas como "Duerme menos y sueña más" o "Estás en

mis lista de sueños cumplidos”. En Málaga dejaron su huella en el muro que circunda el CEIP García Lorca en C/Navalón y en C/San Lorenzo. El mural de C/Navalón es resultado de un taller realizado por el colectivo (organizado por el CAC Málaga) que contó con 20 jóvenes con intereses artísticos que con la idea de horror vacui saturaron pictóricamente la superficie del muro. Después de esto, se decidió una frase que cubriría parcialmente lo pintado, pero descubriría un mensaje “El poder de la imaginación nos hace infinitos” (ver ilustración 22). El de C/San Lorenzo “Piensa un deseo y sal a buscarlo”, utiliza temas recurrentes del colectivo como el corazón o el diamante y el texto (ver ilustración 23). Al igual que toda su obra manda mensajes positivos y explícitos, que en ocasiones se repiten en sus obras como un mantra. Mencionar que estas obras fueron víctimas de un acto vandálico a las pocas horas de realizarse, aunque fue restaurado sin más incidencias. Las dos obras aparecieron tachadas por spray con los *tags* MC80 y Miau (Málaga Independiente Arte Urbano), este segundo corresponde a un movimiento de crítica contra el MAUS por la adjudicación del proyecto y que tiene su origen en la Asociación Soho Málaga, que negaron su implicación en el acto y condenaron la realización del mismo. A día de hoy sigue sin saberse quienes son los responsables.

Andi Rivas, artista y diseñador gaditano, últimamente muy en boga por la realización junto con su hermano de la customización de la lata de Red Bull en 2013 que desde sus orígenes hace ya más de 26 años no había variado, aunque es un artista que a su edad está más que consagrado habiendo recibido el Premio Fernando Quiñones en dos ocasiones. Ha dejado su impronta en los escaparates del aparcamiento de C/Alemania, en los que puede leerse “Hola, Welcome to Spain” (ver ilustración 24). Su obra se caracteriza por imágenes irónicas y dibujos con base en el cómic y el mundo de la ilustración. Para este trabajo ha usado colores primarios y secundarios como el rojo, el amarillo y el azul para rellenar las figuras que presentan bordes negros. La temática es la España de pandereta.

Una obra de estilo muy diferente es la que dejó a su paso por el MAUS el artista ariscaleño, Manuel León. Esta obra que carece de título ejemplifica muy bien el estilo del artista que usurpa y vampiriza imágenes conocidas como los nazarenos de Semana Santa y géneros clásicos como en este caso concreto que hace uso de una composición religiosa de gloria para desprenderla de su aura, desacralizándola y descontextualizarla hasta llevarla a una obra de arte urbano que bien podría interpretarse por los colores (morado y verde) e imagen alegórica utilizadas el triunfo de la ciudad de Málaga (ver ilustración 25). El autor es miembro del Colectivo Intervenciones en Jueves que realiza intervenciones en defensa del Mercado de la calle Feria (Sevilla). Además es asesor del grupo musical Pony Bravo.

Silvestre Santiago más conocido como Pejac formado en Bellas Artes en las Universidades de Salamanca, Barcelona y Milán. En su obra se repite la imagen de una silueta humana en negro. Su obra se caracteriza por la crítica social y económica, que en este caso estaría representada por el pintor de brocha gorda enaltecido a artista que puede realizar una obra de arte o extrapolándolo al barrio obrero que convierte su hábitat en distrito de las artes. Busca en este caso un punto de vista positivo al obrero, viéndose a través del prisma de Joseph Beuys<sup>39</sup> y de su leitmotiv “la rivoluzione siamo noi” (la revolución somos nosotros), esta obra podría ser una representación pictórica de la *plástica social*<sup>40</sup>. Su pieza la encontramos en los bajos de la C/Tomas Heredia, 15 (ver ilustración 26).

Por último, en esta primera fase de intervención se contó con el artista internacional de origen belga ROA, su actuación tuvo lugar entre los días 17 y 19

---

<sup>39</sup> (1921-1986) Paradigma del arte conceptual de los años setenta y segunda mitad de los ochenta. Artista alemán dentro del proceso de la desmaterialización del arte: su arte es su comportamiento. Vinculado a la política desde el arte a través del concepto de plástica social. Cfr. ANTLIFF, A., *Joseph Beuys*. Londres, Phaidon, 2014, pp. 5-6.

<sup>40</sup> Arte conceptual vinculado a la política y a la vida. Según Beuys todo hombre es un artista a través del uso de la creatividad en sus acciones cotidianas y diarias. A través de esta práctica se puede modificar la sociedad y el mundo, siendo la modificación del mundo una forma de arte. *Vid.* ANTLIFF, A., *ibid.*, pp. 65-66.

Julio ROA en dos localizaciones opuestas de la C/Casas de Campo. Este artista es conocido por pintar grandes animales en lugares inesperados de las ciudades. Sus obras están realizadas en blanco y negro y sus animales suelen ser especies autóctonas de la ciudad donde los plasma. Devuelve a los animales al hábitat natural que les fue arrebatado por las urbes que ahora hay. Una de las obras es un gran mural vertical en el que los roedores son el tema y la otra con marcada disposición horizontal es un camaleón (ver ilustraciones 27 y 28).

En la segunda fase (meses de Septiembre, Octubre y Noviembre) se contó con la presencia de los siguientes artistas de fama internacional: Dadi Dreucol (Málaga, 2007), Dal East (Beijing, 1984), Faith 47 (Ciudad del Cabo, 1979), D\*Face (Londres, 1979) y Obey (Carolina del Sur, 1970).

El artista malagueño afincado en Valencia, donde estudió Bellas Artes, crea en 2007 la figura Dadi Dreucol con el fin de permanecer en el anonimato. Su pintura es figurativa y se haya protagonizada por la figura de un hombre barbudo semidesnudo que representa la esencia existencial del ser humano al que se le contraponen personajes oscuros. La obra de Dadi Dreucol para el MAUS está dedicada a la figura de Tomás Heredia Livermore, sita en C/Tomás Heredia, 15 (ver ilustración 29).

En la parte alta de la Alameda Principal, 25 con C/Tomás Heredia hay una paloma de gran tamaño creada por Dal East (ver ilustración 30). Este artista chino estudió escultura, pero comenzó a interesarse por el *street art* en 2004. La gran mayoría de sus obras están protagonizadas por animales, que surgen a través de marañas metálicas, donde lo espiritual y lo material están presentes. Figuras que se componen de dentro hacia afuera, desde un espacio interior hacia uno exterior en una especie de movimiento perpetuo.

La artista sudafricana Faith 47 reconocida en el mundo por su trabajo de grandes murales, de mujeres que transmiten mensajes de la vida y su fugacidad

donde juega gran importancia el empleo de la luz. La obra de esta artista bajo el título “Infinitud del Universo”, se asoma a la Alameda Principal (portal 47) como una mujer misteriosa que quiere revelarnos algo (ver ilustración 31).

Los dos bloques de pisos que se levantan sobre el patio del CEIP García Lorca, fueron el lienzo que sirvió para las obras murales de D\*Face y Obey. Estas obras representan el culmen de esta segunda fase del Maus y dotan al CAC de una nueva fisonomía (ver ilustración 32 y 33). La obra realizada por D\*Face (Dean Stockton) en Málaga es la más grande realizada por el artista hasta el momento. De formación autodidacta reinterpreta el pop-art desde un punto de vista siniestro. El protagonista de sus obras está ya muerto, y tanto esta figura como sus mensajes realizan una crítica de EEUU en particular y de la sociedad de consumo en la que vivimos en general. Su mensaje es más revelador que destructivo hacia el consumismo, lo que pretende es que tomemos conciencia es el mundo que nos rodea. La obra titulada “I’ll put an end to those flyin D\*Dog if it’s the las thing I’ll ever do” (“Si es lo último que haré, pondré fin a esos perros voladores”), está protagonizada por esta figura masculina no-muerta encarnando a un piloto de combate. La otra fachada está ocupada por Shepard Fairey (Obey) conocido por su campaña “Hope” al presidente estadounidense Obama en 2008 y por el experimento de André The Giant que explicamos con anterioridad. Creador de una línea de ropa bajo la marca Obey, ha sido capaz de sacarle partido a su fama y a su talento. Por muchos criticado por convertir su arte en parte en negocio, no se le puede negar ser uno de los mejores artistas de *street art* a nivel mundial en los últimos tiempos, tanto por su técnica como por su estilo. Su obra en el MAUS “Paz y Libertad”, un mensaje universal cliché domina el espacio con su estilo de propaganda comunista. Sus obras tienen un importante componente de ready-made, descontextualizando y vaciando de significado imágenes conocidas y dotándolas de un sentido nuevo que sirva al propósito de artista. Normalmente, es un artista de crítica política y social que se jacta de ocupar el espacio que en otro tiempo hubieran ocupado a golpe de talonario las empresas publicitarias con sus

anuncios. Salvando una pequeña diferencia de tamaño, estas obras miden unos 15x40 mtrs aproximadamente.

Además de estas intervenciones, se contó en esta segunda fase o edición con la actuación en cierres y en bajos de locales cegados de edificios vacíos de un grupo de más de treinta artistas de Málaga y provincia bajo el nombre de Cerrado por Malagueñas. Por último Los Muros de Expresión Libre (ver ilustraciones 34 y 35) que son fachadas y cierres donados por los vecinos, previa solicitud del Ayuntamiento en los que además de artistas locales, dejaron su impronta ROA, D\*Face u Obey.

Con estas actuaciones, el barrio del Ensanche queda enmarcado geográficamente, delimitando las obras de mayor tamaño su contorno, y siendo las demás hitos en el recorrido interno del barrio, aportando una señalética gráfica a unas fronteras que se distorsionan junto a otras zonas importantes de Málaga, como la Alameda o el propio centro. Pocos barrios como el *Soho* tienen un mapa visual tan claro, convirtiéndose casi en el itinerario de un museo que el visitante debe seguir plano en mano.

Dentro de esta “ciudad amurallada de graffiti” que crea el MAUS se deja como puerta de entrada el CAC, estandarte e imagen icónica de lo que la nueva imagen del barrio quiere mostrar al mundo. Puerta en la muralla con su propio foso de descarga. Traspasar los límites de esta institución, y entrar en la exposición que Francés está creando para el mundo.

Casi indeliberadamente, se distinguen dos sectores dentro del este panorama *postgraffitero*, ese contorno de obras de gran formato, cosmopolitas y realizadas por artistas de renombre internacional, como estandartes que anuncian la exposición, y un ámbito interior mucho más íntimo, más personal y cercano, donde ya no hay que mirar hacia arriba para ver una obra de carácter monumental, si no fijar la mirada para descubrir una crítica velada, un guiño, reconocer un *tag* mil

veces visto, y donde la obra te mira cara a cara, a la altura de los ojos, aunque a veces esos ojos sean los de un niño que ya no vive en el Barrio del Ensanche, porque ahora, en el *Soho*, ya no casi no hay familias, sino bohemios.

Todo el comisariado de este proyecto de *postgraffiti* ha sido llevado a cabo por Fer Francés (hijo de Fernando Francés), que deja en Málaga un impresionante legado de arte contemporáneo.

A mediados de 2014, el MAUS se convirtió en el primer proyecto español que forma parte del Google Art Project una galería virtual, siguiendo la estela del Museo Imaginario de André Malraux<sup>41</sup>, que surge como consecuencia de lo efímero del arte urbano y con afán de documentarlo con ya hicieron antes artistas como Henry Chalfant o la página web [www.woostercollective.com](http://www.woostercollective.com). La difusión que está logrando el *Soho* a través del MAUS es impresionante, formando parte de rutas turísticas de *street art*. Tanto es así, que ha llamado la atención de los propios artistas y los ha atraído para dejar su huella. Prueba de esto, es que el mismo Suso33, artista español de renombre internacional dentro del arte urbano, ha estado en el mes de Octubre dejando su impronta en el barrio del *Soho* de motu proprio.

El director del proyecto Fernando Francés no sólo ha publicitado el *Soho* en la presentación del Google Art Project en París, sino también en festivales de *street art* internacional como el Artscape Festival 2014 (Malmö, Suecia) en los que él y su hijo han participado en ponencias sobre el futuro del *street art* y compartiendo experiencias del MAUS con los sponsors del festival. De hecho, ya hay ciudades que han seguido su estela, como los proyectos de rehabilitación del barrio de Las Vegas en Sevilla o Villaverde y Usera en Madrid.

---

<sup>41</sup> MAESTRE, J., "El Museo Imaginario de André Malraux", <http://www.actuallynotes.com/El-Museo-Imaginario-Andre-Malraux.html> (Consultado 10/09/2014)

En el B.O.P. Málaga N°194<sup>42</sup> publicado el 10 de Octubre del 2014 se anuncia la “Licitación para la contratación del servicio de organización, puesta en marcha y gestión del festival Maus”. Siendo la primera vez que sale a concurso el proyecto, puesto que con anterioridad el Consistorio de Málaga siempre había adjudicado la empresa a Sandflowers Arts & Culture Advisors SL de Fernando Francés. No obstante, aunque se presentó de nuevo Fernando Francés como único aspirante, esta vez con la empresa Gestión Cultural y Comunicación, con la que también lleva el CAC, tuvieron que desestimarla puesto que no cumplía con el pliego, ampliándose el plazo hasta el 30 de enero del 2015, también con sólo quince días naturales desde la publicación del boletín. El presupuesto en esta ocasión es de un total de 111.816,10 euros (IVA incluido) y al igual que en años predecesores estará financiado por el POCTEFEX.

Fernando Francés declaró el día 11 de Octubre al periódico Málaga hoy<sup>43</sup> “La representación en exclusiva de todos los artistas que han venido al *Soho* me corresponden a mí, pero también la de muchos otros artistas que quiero traer y que sólo actuarán en Málaga de mi mano” apostando fuerte contra otros posibles competidores.

Aunque no se ha publicado de forma oficial, parece que Francés ha llegado a un acuerdo con los artistas del MAUS para ir haciéndoles exposiciones individuales en el CAC, como ya ha pasado con Dadi Dreucol de febrero a mayo del 2014, Manuel León de noviembre del 2014 a febrero del 2015 o la programada para D\*Face en junio del 2015.

## CONCLUSIONES

---

<sup>42</sup> Boletín Oficial de la Provincia de Málaga. *Cfr.* Málaga. Edicto 11896/2014, de licitación para la contratación del servicio de organización, puesta en marcha y gestión del Festival Maus (BOP nº 194 [Suplemento 1], 10 de Octubre de 2014).

<sup>43</sup> BUJALANCE, P., “El Ayuntamiento convoca el concurso público para la gestión del MAUS”, <http://www.malahoy.es/article/ocio/1875224/ayuntamiento/convoca/concurso/publico/para/la/gestion/maus.html> (Consultado 15/10/2014)

Un barrio que está enclavado en un lugar estratégico, uniendo el puerto (Muelle Uno desde el Palmeral de las Sorpresas, donde está previsto que se establezcan las “sedes” del Pompidou y el Museo de San Petersburgo) con el centro de Málaga (con los Museos Picasso, Carmen Thyssen, Casa Natal de Picasso y el MUPAM entre otros), teniendo el CAC como núcleo, y que será eje de la ciudad de los museos, en la que se está intentando convertir a toda costa.

Lo que si es cierto es que mientras que en los anteriores casos, Thyssen, Picasso, Málaga solo se han quedado con el prestigio del nombre y se han llenado contenedores de obras de menor valor, en el caso del *Soho* sí ha sabido comprender el valor de la obra en sí misma, atrayendo a artistas de primer orden, creando un concepto novedoso y aún no explotado en Europa, y que desde el principio está beneficiando a los comerciantes de la zona por atraer a un público con más nivel adquisitivo y una idea más global de su tiempo de ocio.

Habría que plantearse si este cambio frente a los otros proyectos de Málaga como ciudad de la cultura está íntimamente ligado a su promotor, Fernando Francés, o a la participación ciudadana. Sea como fuera, Francés ha sabido combinar un proyecto personal con su función como director del CAC, ya que todo el MAUS tiene como pista principal el centro de arte, y el barrio como bello atrezzo, no entendiéndolo uno sin el otro.

Jonathan Sterne en *Música programada y políticas del espacio público*<sup>44</sup> utiliza el término *muzak* (música programada) como acotador del espacio público mediante la música, privatizando dicho espacio (tanto como atractivo como repulsor), y en el espacio del *Soho* se hace un claro uso del *postgraffiti* con los mismos fines. Utilizando estas obras se ha acotado y cerrado un espacio que nunca hasta ahora había estado definido para el visitante y donde se entrelazaban los límites del barrio del Ensanche con los de la Alameda, el puerto, el centro, ...,

---

<sup>44</sup> STERNE, J., “Música programada y políticas del espacio público”, en *La Música que no se escucha*. Barcelona, Editorial Orquesta del Caos, 2008, pp. 39-53.

pero que gracias a los monumentales *postgraffitis* realizados a raíz del MAUS ahora queda centrado y parapetado. Un espacio sin fronteras ha pasado a tener una valla de aerosol que excluye a la clase baja pero que invita al culto ilustrado a traspasar, como si la compra de un tomo de Summa Artis supusiese un pasaporte.

Así, un espacio abierto ha pasado a tener unos límites claros, y un ámbito de texturas diversas ha pasado a cosmopolitas.

En esta nueva organización del barrio, los bancos y farolas están dispuestos como zonas de descanso en ARCO, dejando de ser mobiliario urbano para ser diseño de interiores, interior del barrio, claro. Incluso esa sensación de museo hace que, inconscientemente, las voces se atemperen y los gestos se vuelvan más comedidos. Nadie grita dentro de un museo, no está bien, no es bonito, no es culto. En un momento en que cada vez más los museos intentan acercarse a un público real, aquí se ha usado la idea de arte como elemento elevador, llevando al barrio de las artes a un escalón más en el escalafón social.

Se consigue una depuración total del *postgraffiti*, negando todas las premisas del arte callejero (se usa aquí, callejero, por ser una expresión denostada). En primer lugar, su temática subversiva y de crítica social aquí queda sustituida, por no decir vacua. Con el uso de temas positivos (línea marcada por el MAUS), buscando una comprensión universal y no idiosincrásica malaguita, el *postgraffiti* sigue cargado de fuerza colorista, pero ha quedado como mero objeto estético o decorador del *Soho*. La nocturnidad como espacio en el que protegerse de la ilegalidad, el hecho de que las obras estén hechas a plena luz del día, las desproviste de su carácter ilegal o vandálico. Por último, algo inherente al *street art* es su temporalidad, aquel *arte absurdo* que explicaba Albert Camus<sup>45</sup>, en el

---

<sup>45</sup> (1913-1960) Filósofo y escritor argelino, cuyo pensamiento se centra en el análisis de lo absurdo a través del pensamiento trágico y la imagen del hombre rebelde. Filosofía vinculada al existencialismo tras la II Guerra Mundial marcada por un fuerte escepticismo. *Vid.*, RAMÍREZ, A., "Lo trágico y lo absurdo", en *La filosofía trágica de Albert Camus. El tránsito del absurdo a la rebelión*. Málaga, Universidad de Málaga, 2001, pp. 61-120.

que la acción de crear no tiene sentido, porque el resultado es perecedero. El *postgraffiti* al encontrarse dentro del marco legal y en este caso concreto protegido por la administración, pierde su condición de efímero, para pasar a ser un documento físico de su existencia.

Si partimos de que el arte es una forma de expresión, en un proyecto donde no se reconocen sus propios habitantes, donde a los artistas se les ha pedido medida, donde se han delimitado muros cual bastidores y escogido y valorado el peso y mansedumbre de cada invitado, ¿qué expresa el arte del MAUS?

Quizá falta la pregunta que ahora se hace en el metro de Madrid para el proyecto de arte urbano que llevan junto a Madrid Street Art Project en la estación de Legazpi, ¿los transeúntes, los espectadores, qué quieren ver?

La duda suscitada es clara, ¿qué se busca ahora cuando se va al *Soho*?, lo que no queda tan claro, y hasta que pasen varios años no se sabrá, es qué se encuentra en este barrio-museo.

“Los proyectos no convencionales tienen utilidad siempre que no se perciban como propuestas artísticas, siempre que se inserten en la vida cotidiana, en la calle”<sup>46</sup>, Rogelio López Cuenca.

---

<sup>46</sup> JIMÉNEZ, J., “Todos somos extranjeros”, <http://www.elmundo.es/cultura/artexxi/lopezcuenca/criticalopez.html> (Consultado 10/09/2014)

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA GENERAL

AA. VV., *Diálogos urbanos. Confluencias entre arte y ciudad. La ciudad sentida: arte, entorno y sostenibilidad. I Congreso Internacional Arte y Entorno*. Valencia, Ed. Centro de Investigación Arte y Entorno (CIAE) UPV, 2008.

AA. VV., *Public Art: A World's Eye View. Integrating Art into the Environment*. California, ICO, 2007.

ABARCA, J., "El arte urbano como agente facilitador de los procesos de gentrificación", *Prensas Universitarias de Zaragoza, Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*, 2009, pp. 53-64.

ADZ, K. y PROU, S., *Blek le Rat: Getting Through The Walls*. Londres, Thames & Hudson, 2008.

ANTLIFF, A., *Joseph Beuys*. Londres, Phaidon, 2014.

BANKSY, "Exit through the gift shop",

<http://m.teledocumentales.com/banksy-exit-through-the-gift-shop-subtitulado/>

(Consultado el 02/03/2014)

BARAHONA, P., "Arte urbano para revitalizar Las Vegas",

<http://sevilla.abcdesevilla.es/reportajes/sur/cultura-sur/arte-urbano-para-revitalizar-las-vegas/> (Consultado el 27/02/14)

BARAHONA, P., "El monumento del Cid ya luce el traje de crochet diseñado por Olek",

<http://sevillaciudad.abcdesevilla.es/reportajes/casco-antiguo/cultura-casco-antiguo/el-monumento-del-cid-ya-luce-el-traje-de-crochet-diseñado-por-olek/> (Consultado

el 02/11/2013)

BARBANCHO, J. R., "Reflexionar sobre lo público", *Revista de los Museos de Andalucía*, Año VIII, Nº12, 2010, pp. 111-115.

BERTI, G. I., *Pioneros del graffiti en España*. Valencia, Universitat Politècnica De València, 2009.

BOU, L., *Ultimate street art. A celebration of graffiti and urban art*. Barcelona, Monsa, 2009.

BUJALANCE, P., "El Ayuntamiento convoca el concurso público para la gestión del MAUS",

<http://www.malahoy.es/article/ocio/1875224/ayuntamiento/convoca/concurso/publico/para/la/gestion/maus.html> (Consultado el 15/10/2014)

CAC Málaga, "MAUS: presentación del proyecto",

[http://cacmalaga.eu/images\\_wordpress/pdf/MAUS\\_presentacion\\_proyecto\\_baja.pdf](http://cacmalaga.eu/images_wordpress/pdf/MAUS_presentacion_proyecto_baja.pdf) (Consultado el 10/12/2013)

CAMPOS, C., *Atlas ilustrado del graffiti y arte urbano*. Madrid, Susaeta, 2011.

CARLSSON, B. y HOP, L., *Street Art. Recetario de técnicas y materiales del arte urbano*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2013.

CASTLEMAN, C., *Getting up, hacerse ver*. Madrid, Capitán swing, 2012.

DEBORD, G., *La sociedad del espectáculo*. Valencia, Pretextos, 1999.

DENSO WEB INCORPORATE, "Códigos QR",

[www.códigos-qr.com](http://www.códigos-qr.com) (Consultado 12/09/2014)

DICKENS, L., "The geographies of post-graffiti: art worlds, cultural economy and the city",

[http://www.academia.edu/1031327/The\\_Geographies\\_of\\_Post-graffiti\\_Art\\_Worlds](http://www.academia.edu/1031327/The_Geographies_of_Post-graffiti_Art_Worlds)

[Cultural economy and the City](#) (Consultado el 18/03/2014)

DOBSON, S., "In Search of Bathroom Graffiti",

<http://youtu.be/J8Nlebv507Y> (Consultado 20/06/2014)

DUQUE, F., *Arte público y espacio político*. Madrid, Ediciones Akal, 2001.

FURIÓ, V., *Sociología del arte*. Madrid, Cátedra, 2010.

GANZ, N., *Graffiti. Arte urbano de los cinco continentes*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2004.

GOMPERTZ, W., *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Madrid, Taurus, 2013.

GONZÁLEZ-VARAS, S., *La Rehabilitación Urbanística*. Pamplona, editorial Aranzadi, 1998.

HANMETT, C., "The Blind Men and the Elephant: The Explanation of Gentrification", *Transactions of the Institute of British Geographers, New Series*, Vol. 16, Nº2, 1991, pp. 173-189.

HIEBRA, A., "El arte, ese activo financiero",

<http://hiebra.blogspot.com.es/2012/02/el-arte-ese-activo-financiero.html?m=1>

(Consultado el 18/03/14)

JARQUE, F., "Artistas a pie de calle",

[http://cultura.elpais.com/cultura/2012/02/10/actualidad/1328887664\\_646896.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2012/02/10/actualidad/1328887664_646896.html)

(Consultado el 16/03/2014)

JIMÉNEZ, J., "Todos somos extranjeros",

<http://www.elmundo.es/cultura/arteXXI/lopezcuenca/criticalopez.html> (Consultado

10/09/2014)

KRAMER, J., “Málaga’s urban street art – MAUS”,

<http://www.spain-holiday.com/Malaga-city/articles/malagas-urban-street-art-maus>

(Consultado el 15/05/2014)

LINDEMANN, A., *Coleccionar arte contemporáneo*. Barcelona, Taschen, 2010.

LLADÓ, A., “Fernando Figuroa: La lucha antigrafiti es un pretexto para aumentar el control del espacio público”,

<http://revistadeletras.net/fernando-figuroa-la-lucha-antigrafiti-es-un-pretexto-para-aumentar-el-control-del-espacio-publico/> (Consultado el 17/03/2014)

LÓPEZ CUENCA, R., “Obey en Málaga”,

<http://contradicciones.net/2014/01/obey-en-malaga-un-analisis-de-rogelio-lopez-cuenca.html> (Consultado el 08/01/13)

LUNA, J. S., *Los colores del underground*. Bilbao, Edit. Astiberri, 2009.

MAESTRE, J., “El Museo Imaginario de André Malraux”,

<http://www.actuallynotes.com/El-Museo-Imaginario-Andre-Malraux.html>

(Consultado el 10/09/2014)

MATÉS, J. M., “La economía durante el régimen de Franco (1939-1975)”, en PAREDES, J., (coord.), *Historia contemporánea de España (siglo XX)*. Barcelona, Ariel, 1998, pp. 822-832.

MEDAL ANTIÑOLO, I., “Málaga, una ciudad-museo”,

<http://revistamito.com/malaga-ciudad-museo/> (Consultado el 18/03/2014)

MELLADO, S., “El cuarto de juegos de Selim Varol”,

[http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/03/28/andalucia/1364468785\\_613958.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/03/28/andalucia/1364468785_613958.html)

(Consultado el 14/03/2014)

PASTOR, O., “CAC Málaga centro de arte contemporáneo”,

<http://artecontemporaneos.com/cac-malaga-centro-de-arte-contemporaneo/>

(Consultado 20/12/2013)

PENHALLOW, D., y WATERHOUSE, J., *Arte Skater: del graffiti al lienzo*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2006.

PÉREZ-REVERTE, A., *El francotirador paciente*. Madrid, Edit. Alfaguara, 2013.

PÉREZ, P. y BADASADONNA, A., *Joven museografía. La exposición autoportante*. Asturias, Ediciones Trea, 2011.

POCTEFEX, “Desarrollo Local mediante el reciclado de barrios en distritos del arte”,

[http://www.poctefex.eu/index.php?modulo=proyectos\\_aprobados&pagina=ver.php&id\\_area=&busqueda=&busqueda\\_socios=&busqueda\\_prioridad=&limite=30&back=proyectos\\_aprobados&id\\_ficha=92](http://www.poctefex.eu/index.php?modulo=proyectos_aprobados&pagina=ver.php&id_area=&busqueda=&busqueda_socios=&busqueda_prioridad=&limite=30&back=proyectos_aprobados&id_ficha=92) (Consultado 04/04/2014)

POCTEFEX, “Documento del Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España – Fronteras Exteriores 2008-2013”,

<http://www.poctefex.eu/index.php?modulo=programa> (Consultado 04/04/2014)

POCTEFEX II, “Soho”,

<http://www.programaseuropeos-malaga.com/pagina.asp?cod=122> (Consultado 05/04/2014)

RAMÍREZ, A., “Lo trágico y lo absurdo”, en *La filosofía trágica de Albert Camus. El tránsito del absurdo a la rebelión*. Málaga, Universidad de Málaga, 2001, pp. 61-120.

REINOSO, R., *Topografías del Paraíso. La construcción de la ciudad de Málaga entre 1897 y 1959*. Sevilla, Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga y Colegio

Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Málaga, 2005.

REYES, L., "MAUS rediseña el Soho",

<http://papeldeperiodico.com/2013/05/29/maus-redisena-el-soho/#> (Consultado el 20/06/13)

SERRANO, S., "Transmediale 2010. Futurity Now!", *Revista de los Museos de Andalucía*, Año VIII, Nº12, 2010, pp. 144-145.

SOHOMLG, "MAUS",

<http://youtu.be/Xa5bfE-2gvc> (Consultado 22/06/2013)

STAHL, J., *Street Art*. Bonn, Ed. HF Ullmann, 2009.

STERNE, J., "Música programada y políticas del espacio público", en *La Música que no se escucha*. Barcelona, Editorial Orquesta del Caos, 2008, pp. 39-53.

STRIKE, CH. y ROSE, A., *Beautiful Losers. Arte Actual y cultura urbana*. Madrid, Iconoclast y La Casa Encendida, 2008.

SUÁREZ, M., *Los nombres esenciales del arte urbano y el grafiti español*. Madrid, Lungwerg Ed. Colecciones Esenciales, 2011.

THORNTON, S., *Siete días en el mundo del arte*. Barcelona, Edhasa, 2011.

VÁZQUEZ, C., *La gentrificación. Un modelo de segregación socioespacial en ciudades postindustriales*. Madrid, Documentos de Investigación en geografía humana Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid, 1996.

VILORIA, B., "Street Art: De movimiento underground a las casas de subastas",

<http://www.discover-opencircle.com/469/street-art-de-movimiento-underground-a-las-casas-de-subastas/> (Consultado el 12/12/2013)

WAIN, A., "Drab buildings revitalised by gorgeous street art",

<http://sobadsogood.com/2014/01/17/drab-buildings-revitalised-by-gorgeous-street-art-sainer-betz-etam-cru/> (Consultado el 02/02/2014)

YAGÜE, A., “El MAUS embellece las calles”,

<http://papeldeperiodico.com/2014/09/09/el-maus-embellece-las-calles/> (Consultado 20/09/2014)

YOUNG, A., *Street Art, Public City: Law, Crime and the Urban Imagination*. Oxon, Routledge, 2014.

ZOTANO, J., “La desconocida verdad del proyecto MAUS”,

<http://www.laopiniondemalaga.es/cultura-espectaculos/2013/11/20/desconocida-proyecto-maus/633467.html> (Consultado el 21/11/2013)

ZOTANO, J., “La desconocida verdad del proyecto MAUS (II)”,

<http://www.laopiniondemalaga.es/cultura-espectaculos/2013/11/22/desconocida-proyecto-maus-ii-baile/633806.html> (Consultado el 23/11/2013)

149<sup>st</sup>, “Writer’s Vocabulary”,

<http://www.at149st.com/glossary.html> (Consultado el 25/12/2013).

## **BIBLIOGRAFÍA LEGISLATIVA**

España. Acta N°11/13 de la Sesión Ordinaria del Excmo. Ayuntamiento de Málaga sobre el Coste del Proyecto Maus (Pleno, 28 de Noviembre de 2013).

España. Real Decreto legislativo 3/2011, de 14 de Noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (BOE nº 276, 16 de Noviembre de 2011).

Málaga. Edicto 11896/2014, de licitación para la contratación del servicio de organización, puesta en marcha y gestión del Festival Maus (BOP nº 194

[Suplemento 1], 10 de Octubre de 2014).

Málaga. Edicto 5564/2009, sobre la Ordenanza Municipal para la Limpieza de Espacios Públicos y Gestión Integral de Residuos del Ayuntamiento de Málaga (BOP nº 93, 18 de Mayo de 2009).

## APÉNDICE GRÁFICO

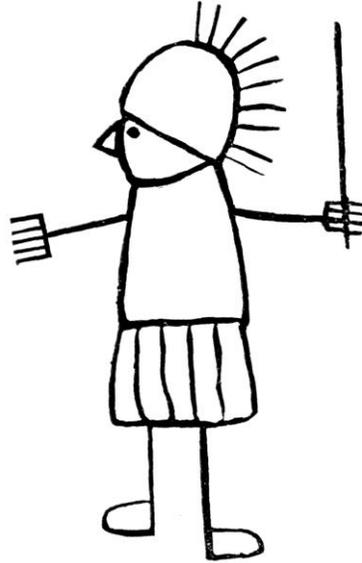


Ilustración 1. Graffiti romano, Roma, siglo III d.C.,

Imagen de <http://uroboria.blogspot.com.es>



Ilustración 2. Bombardeo, Málaga, 2014, Paloma López Sánchez.



Ilustración 3. Muelle, Década de los ochenta. Imagen de [www.rivasartstreet.blogspot.com](http://www.rivasartstreet.blogspot.com)



Ilustración 4. Graffiti, Reptilians, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 5. Bienvenidos, Rogelio López Cuenca, 1996, Imagen de <http://b1mod.wordpress.com>

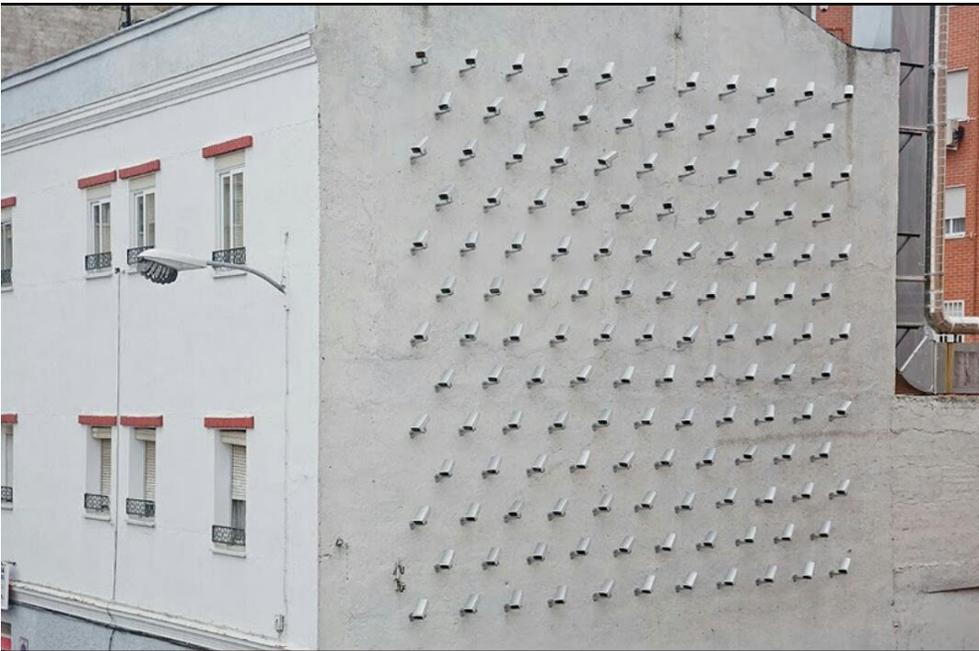


Ilustración 6. Instalación CCTV, SpY, Madrid, 2014, Imagen de Imagen de [www.huffingtonpost.com](http://www.huffingtonpost.com)



Ilustración 7. André the Giant, Obey, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 8. Stencil, Bakunning, Málaga, 2014, Paloma López Sánchez.



Ilustración 9. Paste-up, Hannuman, Málaga, 2014, Paloma López Sánchez.



Ilustración 10, Stickers, Varios autores, Málaga 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 11. Street Art Exhibition, Tate Modern, Londres, 2008. Imagen de [www.tate.org.uk](http://www.tate.org.uk)



Ilustración 12. El Cid, Olek, Sevilla, 2013, Imagen de [www.huffingtonpost.com](http://www.huffingtonpost.com)



Ilustración 13. CAC Málaga, 2007, Paloma López Sánchez.



Ilustración 14. Plano 1º y 2º fase obras del Soho. Imagen de [www.sohomlg.com](http://www.sohomlg.com)



Ilustración 15. Logotipo en farola Soho Málaga, Málaga, 2014, Paloma López Sánchez.



Ilustración 16. Soho Málaga, Málaga, 2014, Paloma López Sánchez.

<b>ACTUACIONES MAUS</b>	<b>COSTE / EUROS</b>
OCUPART	7.476,00 euros
SOI MÁLAGA	60.379,00 euros
TALLER BOAMISTURA	13.485,99euros
SMS FESTIVAL	21.659,00 euros
MURALES D*FACE Y OBEY	12.000,00 euros
CERRADO POR MALAGUEÑAS	6.050,00 euros
<b>COSTE TOTAL</b>	<b>121.050,00 euros</b>

Ilustración 17. Coste actuaciones MAUS elaborado con los datos del Acta N°11/13 de la Sesión Ordinaria del Exmo. Ayuntamiento Pleno del 28/11/13, Málaga.



Ilustración 18. Where's Hollywood?, Banksy, 2011, Imagen de [www.torontopubliclibrary.com](http://www.torontopubliclibrary.com)



Ilustración 19. BIDI, Málaga, 2014, Paloma López Sánchez.



Ilustración 20. Cartel SMS Festival, Málaga, 2013, Imagen de [www.andalucia.org](http://www.andalucia.org)



Ilustración 21. Cartel Dispara-T, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustraciones 22 y 23. Obras BOAMISTURA, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 24. Hola Welcome to Spain, Andi Rivas, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.

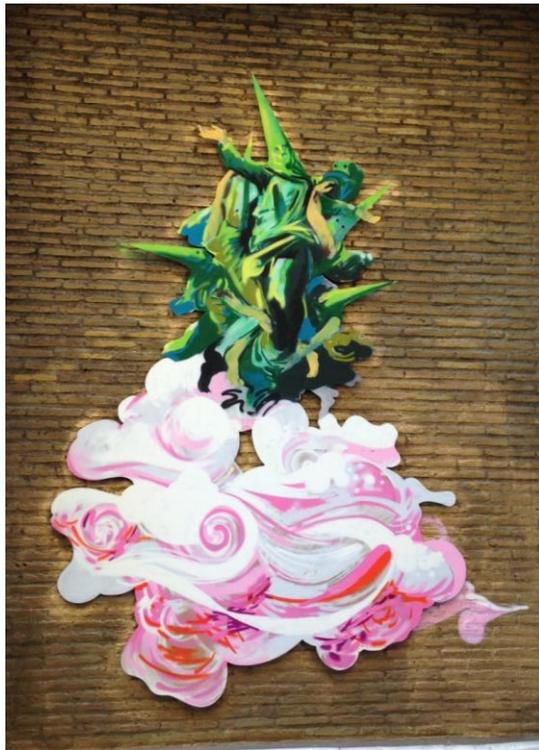


Ilustración 25. Manuel León, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 26. Pejac, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 27. Roedores, ROA, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 28. Camaleón, ROA, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 29. Dadi Dreucol, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 30. Paloma, Dal East, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 31. Infinitud del universo, Faith 47, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 32. CAC entorno MAUS, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.



Ilustración 33. Murales, D\*Face y Obey, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez



Ilustraciones 34 y 35. Ejemplos Muros Expresión Libre, Sin documentar, Málaga, 2013, Paloma López Sánchez.