VISUAL REVIEW | Vol. 18, No. 8, 2026 | ISSN 2695-9631

International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual

https://doi.org/10.62161/revvisual.v18.6293

MURALISMO E INSTAGRAM:
Visibilidad pública de artistas urbanas en la periferia valenciana

ESTÍBALIZ PÉREZ ASPERILLA [1]
estibaliz.perez.a@udima.es
[1]Universidad a Distancia de Madrid, España

PALABRAS CLAVE

Muralismo
Arte urbano
Instagram
Periferia urbana
Artistas urbanas
Visibilidad digital
Espacio público

RESUMEN

Este estudio analiza prácticas muralistas desarrolladas por mujeres en el espacio urbano valenciano, con especial atención a intervenciones situadas en áreas periféricas y a su circulación en Instagram. Desde un enfoque cualitativo vinculado a los estudios visuales y la cultura urbana, se examina cómo las artistas construyen su figura pública mediante la difusión digital de los murales y cómo estos territorios adquieren visibilidad y significado. El análisis se articula en tres niveles: el mural físico, su geolocalización urbana, y su representación en la red social. Los murales se entienden como imágenes híbridas que median entre espacio físico y entorno digital.

Recibido: 03/ 06 / 2026
Aceptado: 04/ 10 / 2026

1. Introducción

El muralismo contemporáneo se ha convertido en una importante herramienta para revitalizar y resignificar entornos urbanos, fortalecer la identidad local y generar vínculos entre la comunidad que habita el espacio. Paralelamente, la expansión de las plataformas digitales ha transformado el modo de difundir estas prácticas artísticas, permitiendo una experiencia compartida entre el espacio físico donde se emplaza el mural y el espacio digital donde se encuentra publicado.

Gracias a las redes sociales, las artistas urbanas cuentan con una galería de arte virtual que permite que sus obras se mantengan en el tiempo y sean compartidas a nivel internacional. Junto a estos actores digitales, también existen actores institucionales que han aprovechado los beneficios del arte urbano para incluirlo en diferentes políticas sociales y culturales, permitiendo incluso la regeneración urbana de diferentes localizaciones. Según Boscaino (2021), "*the phenomenon of street art is characterised by both digital and analogue aspects where different actors intervene to determine a specific component of the value of creativities appearing both on and offline*[1]" (p. 11).

Instagram se ha convertido en un dispositivo central para la circulación del muralismo contemporáneo. Esta red social funciona no solo como una galería donde se puedan observar las diferentes obras publicadas, sino también como archivo visual, espacio narrativo y herramienta de construcción de la figura pública de las artistas. Desde una perspectiva de género, el análisis del muralismo en el espacio público adquiere una dimensión adicional. Tal como señaló Beauvoir (1998), el género responde a una construcción social y cultural, puesto que "no se nace mujer, se llega a serlo" (p. 13). Esta afirmación permite comprender la presencia de mujeres en el espacio público como una práctica donde se han mantenido relaciones históricas de desigualdad simbólica. El muralismo realizado por mujeres ayuda a darles voz en un espacio históricamente masculinizado, fomentando su visibilidad como artistas más allá de su género.

> dado que la mujer es abstracta y vacía, solo se puede asumir auténticamente en la rebeldía: es el único camino que se abre a los que no tienen posibilidad de construir nada; tiene que vender los límites de su situación y tratar de abrirse los caminos del futuro; la resignación solo es una capitulación y una huida; para la mujer no hay más salida que trabajar por su liberación. (Beauvoir, 1998, p. 428, 429)

Desde el feminismo de la diferencia, autoras como Irigaray (2009) y Cixous (1995) han subrayado la necesidad de generar un orden simbólico alternativo al androcéntrico, en el que las mujeres puedan producir sentido desde sus propias experiencias, lenguajes y corporalidades (Cixous, 1995; Irigaray, 2009). En este marco, el muralismo puede entenderse como una práctica de producción cultural situada, en la que se articulan identidad, memoria y experiencia vivida. "Si no inventamos un lenguaje, si no encontramos su lenguaje, nuestro cuerpo tendrá demasiados pocos gestos para acompañar nuestra historia" (Irigaray, 2009, p. 161).

La circulación digital de estas prácticas artísticas a través de las redes sociales está ligada, además, a una clara dimensión tecnológica. La figura del *ciborg* propuesta por Haraway (1991) resulta especialmente pertinente para analizar la presencia de las muralistas en Instagram, considerándolo como "una especie de yo personal, posmoderno y colectivo, desmontado y vuelto a montar. Es el yo que las feministas deben codificar" (Haraway, 1984, p. 18). Desde esta perspectiva, el mural no se limita a existir como intervención física, sino que se convierte en una imagen híbrida que circula, se fragmenta y se resignifica en la plataforma, produciendo nuevas formas de visibilidad y narración del proceso creativo. Según esta autora, "las historias femeninas de *ciborg* tienen como tarea la de codificar de nuevo la comunicación y la inteligencia para subvertir el mando y el control" (Haraway, 1984, p. 32). El cuerpo de las artistas, las tecnologías de la imagen y las infraestructuras de la red se ensamblan en una práctica ciberfeminista que desborda las fronteras entre lo humano y lo tecnológico, entre el aquí del barrio y el allá de las audiencias conectadas.

Este estudio se sitúa en los territorios de l'Horta Nord y l'Horta Sud, dos comarcas del área metropolitana de Valencia que constituyen un contexto significativo para analizar estas prácticas artísticas. L'Horta Nord cuenta con una extensión de 192 km^2 y en ella se ha llevado a cabo una fuerte

[1] "el fenómeno del arte callejero se caracteriza por aspectos tanto digitales como analógicos, donde diferentes actores intervienen para determinar un componente específico del valor de las creatividades que aparecen tanto en línea como fuera de ella" (traducción propia).

intervención humana de parcelación, nivelación de tierras y derivación de agua. Los municipios que la integran son: Albalat dels Sorells, Alboraya, Albuixech, Alfara del Patriarca, Almàssera, Bonrepòs i Mirambell, Burjassot, Emperador, Foios, Godella, Massalfassar, Massamagrell, Meliana, Moncada, Museros, Paterna, La Pobla de Farnals, Puçol, el Puig de Santa Maria, Rafelbunyol, Rocafort, Tavernes Blanques y Vinalesa. Diversos análisis territoriales señalan que una parte relevante de la comarca se encuentra en zonas con riesgo de inundación. Según el Consorcio Pactem Nord (2017) "l'Horta está perdiendo una importante cantidad de suelo agrícola –por urbanismo y abandono–, y sufre también una merma de su calidad por el abuso de abonos y pesticidas, que está acabando en gran parte con la biología del suelo y su productividad debe ser mantenida de forma artificial" (p. 13).

Por su parte, l'Horta Sud constituye una de las comarcas más pobladas e industrializadas de Valencia, con una larga tradición de organización sociocomunitaria. Estudios impulsados por entidades como la Fundació Horta Sud subrayan la existencia de una sociedad civil especialmente activa, articulada en torno a asociaciones culturales, vecinales y educativas, que ha desempeñado un papel central en la defensa del territorio (Fundació Horta Sud, 2019). Los municipios que la integran son: Alaquàs, Albal, Alcàsser, Aldaia, Alfafar, Benetússer, Beniparrell, Catarroja, Lloc Nou de la Corona, Manises, Massanassa, Mislata, Paiporta, Picanya, Picassent, Quart de Poblet, Sedaví, Silla, Torrent y Xirivella. La comarca se considera como un lugar de especial relevancia simbólica, donde las intervenciones artísticas conectan con la vida cotidiana del vecindario y su convivencia.

Ambas comarcas comparten su vinculación histórica y cultural con la Huerta de Valencia, un paisaje agrario milenario considerado uno de los sistemas agrícolas más singulares del Mediterráneo. El Plan de Acción Territorial de la Huerta de València ya destacó su valor patrimonial, productivo y simbólico, advirtiendo de las amenazas derivadas de la urbanización, la fragmentación del territorio y la crisis climática (Generalitat Valenciana, 2018).

2. Objetivos

El objetivo general del presente estudio es analizar las prácticas muralistas desarrolladas por mujeres en municipios periféricos del área metropolitana de Valencia, concretamente en l'Horta Nord y l'Horta Sud. Desde este objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Examinar cómo se representa la periferia urbana de l'Horta Nord y l'Horta Sud en la circulación digital de los murales en Instagram, atendiendo a las estrategias de geolocalización, a las referencias espaciales en los textos que acompañan las publicaciones y a los encuadres visuales del entorno urbano.
- Explorar las estrategias de autorrepresentación y construcción de la figura pública de las muralistas en Instagram, prestando especial atención a la presencia del cuerpo, a la visibilización del proceso creativo y a las lógicas de profesionalización asociadas a la plataforma.

3. Metodología

El diseño de esta investigación se basa en la triangulación de tres fuentes principales de información: un análisis de los murales objeto de estudio en su emplazamiento urbano; un análisis netnográfico de la difusión de estos murales en Instagram, así como de la representación de sus creadoras en esta red social y la realización de entrevistas semiestructuradas a las artistas.

El ámbito territorial del estudio se sitúa en los municipios de l'Horta Nord y l'Horta Sud de Valencia. La selección de estas comarcas responde tanto a su relevancia territorial como a la presencia significativa de mujeres muralistas que han intervenido en el espacio público de estos municipios. Dado el carácter efímero del muralismo urbano, el análisis se ha acotado temporalmente a las intervenciones realizadas entre 2021 y 2025, estableciendo así un rango de cinco años que permite garantizar la localización y documentación de las obras. El corpus de análisis está compuesto por:

- 21 mujeres muralistas, identificadas a partir de intervenciones realizadas en l'Horta Nord y l'Horta Sud (Silvia López, Laura Merayo, Alicia Jordá de Lucas, BTOY, It's Mancho Lluïsa Penella i Pons, Sara Chóliz, Irene Remón, Doa Oa, Anna Repullo Vique, Dyca, Sara Dymz, Galleta Maria, Atena, Rosa Fuster Serquera, Alejandra De La Torre, La Nena Wapa Wapa, Alba Bla, Aleixa la Peixa, Marta Lapeña y Barbi).
- 21 perfiles de Instagram, correspondientes a cada una de las artistas analizadas.

- 87 publicaciones en Instagram, seleccionadas por su relación directa con murales realizados en el ámbito territorial del estudio.
- 38 murales, localizados en distintos municipios de ambas comarcas. En concreto, en l'Horta Sur se han registrado 25 murales en Paiporta, Picassent, Catarroja, Torrent, Albal, Benetússer y Alfafar y en l' Horta Nord se han localizado 13 murales en Godella, Rafelbunyol, Burjasot, Puçol y Meliana.

Cabe señalar que tres murales no pudieron ser analizados desde el entorno digital al no haber sido publicados por las propias artistas en Instagram. Se trata de un mural realizado por Alba Bla en Puçol (l'Horta Nord) y dos murales realizados por Aleixa la Peixa y Marta la Peña en Picassent (l'Horta Sud). Estos casos se incluyeron únicamente en el análisis territorial y contextual, pero no en el análisis netnográfico correspondiente a la representación del propio mural.

El análisis netnográfico se centró en los contenidos publicados en Instagram por las artistas seleccionadas, atendiendo tanto a los elementos visuales como a los textuales. Siguiendo las propuestas metodológicas de Kozinets (2020), el proceso de análisis se desarrolló en varias fases. En una primera fase, se realizó una observación sistemática de los perfiles de Instagram, registrando información relativa al tipo de contenidos compartidos y la relación entre obra, proceso y autorrepresentación. En una segunda fase, se llevó a cabo un análisis en profundidad de las 87 publicaciones seleccionadas, atendiendo a variables como la presencia o ausencia de geolocalización, las referencias espaciales en el texto, la representación del entorno urbano, la aparición del cuerpo de la artista, la documentación del proceso creativo y la mención a instituciones o colaboraciones.

Este análisis combinó una dimensión cuantitativa descriptiva, que permitió identificar patrones de recurrencia y distribución de determinadas prácticas –por ejemplo, uso de *geotags*, presencia del cuerpo o representación del proceso–, con una dimensión cualitativa interpretativa, orientada a comprender el sentido de estas decisiones en relación con el contexto territorial y con las lógicas de la plataforma. En este proceso de análisis, se ha realizado una codificación inductiva (Kozinets, 2020, p. 339), organizando los códigos en diferentes categorías. Entre las categorías principales se incluyen: formato, localización, periferia visible, plano, presencia de la artista, proceso mostrado, tipo de soporte, tipo de espacio y presencia corporal, entre otras.

Con el fin de incorporar la perspectiva de las propias artistas y profundizar en los significados atribuidos a sus prácticas, se realizaron nueve entrevistas semiestructuradas a mujeres muralistas incluidas en el corpus del 12 al 26 de enero de 2026. Las entrevistas se llevaron a cabo a través de distintos formatos, atendiendo a la disponibilidad de las participantes: cuatro entrevistas presenciales, una entrevista *online* y cuatro entrevistas por correo electrónico y mensajería privada de Instagram, en las que se resolvieron dudas y se ampliaron respuestas de forma asincrónica. El guion de la entrevista abordó cuestiones relacionadas con la relación entre muralismo y territorio, las decisiones sobre visibilidad y geolocalización, la experiencia de trabajar en contextos periféricos, la difusión de las obras en Instagram y la construcción de la figura pública. Las entrevistas fueron transcritas íntegramente y analizadas de forma cualitativa, integrándose en el proceso de codificación junto con los datos netnográficos.

4. Análisis y resultados

4.1. Formato y contenido audiovisual

Comenzando con los formatos utilizados en las publicaciones analizadas, cabe destacar que hay una clara preferencia por el carrusel, apareciendo en el 67,8% de los *posts* objeto de estudio. Las artistas optan mayoritariamente por formatos que les permitan realizar una narrativa visual secuencial. El uso del carrusel facilita la presentación del mural desde diferentes perspectivas, utilizando planos generales, *zooms*, detalles, el proceso creativo e incluso una alusión específica al propio entorno.

En cuanto al contenido de las publicaciones, el proceso creativo del mural aparece de forma relevante. En un 65,5% se muestra de manera explícita el proceso y un 34,5% se centra exclusivamente en el resultado final u otros aspectos. Se distinguen, además, cuatro tipos de procesos, a menudo presentes de manera combinada en una misma publicación mediante el formato carrusel o vídeo: trabajo de ejecución (pintando el mural, usando brochas, rodillos o *sprays*); trabajo en

altura (presentando el uso de andamios, grúas y/o escaleras); preparación del soporte (limpieza del muro, imprimación y/o bocetado) y fases intermedias (mural sin terminar con las capas visibles).

La representación del proceso aparece estrechamente vinculada a la presencia del cuerpo de la artista. En la mayoría de los *posts* en los que se muestra el proceso de la obra (aproximadamente dos tercios), la artista aparece trabajando en el mural, usando diferentes tipos de herramientas o interactuando físicamente con el muro. La difusión del proceso creativo cumple una función no solo documental, sino pedagógica y profesional. Las entrevistas refuerzan esta lectura al señalar que el proceso es también una forma de explicar el muralismo a públicos no especializados y de justificar el valor del trabajo realizado. Sin embargo, varias de las artistas entrevistadas indican que gran parte del trabajo de investigación que hay detrás de un mural no se llega a visibilizar mediante la red social:

> hay una parte que siempre se queda fuera, que para mí es muy importante, que es el proceso de investigación, el proceso de hablar con los hogareños (…) de averiguar qué es lo que pasa ahí y cómo quieres hacerlo (…), todo eso es el previo a la foto de Instagram que no se ve. (Lluïsa Penella i Pons, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026)

El 78,3% de las publicaciones se han realizado desde los perfiles de las artistas. Por lo tanto, se comprueba que Instagram funciona principalmente como un espacio de autoarchivo y autorrepresentación profesional. No obstante, dentro de estas publicaciones, una parte significativa incorpora menciones explícitas a instituciones, proyectos o entidades locales. Por otro lado, nos encontramos con publicaciones que han sido realizadas directamente por otros perfiles, pero compartidas por las propias artistas –entre ellas, un 8,7% han sido realizadas por perfiles institucionales, desde cuentas correspondientes a ayuntamientos, proyectos culturales o entidades organizadoras–.

Hay que destacar también que un 78,3% de las publicaciones analizadas puede considerarse de carácter colaborativo, puesto que se incluyen menciones, etiquetas o agradecimientos explícitos a instituciones, entidades locales, asociaciones vecinales o proyectos culturales. Este tipo de publicaciones visibiliza las redes de colaboración que hacen posible la intervención mural, apareciendo con mayor frecuencia en murales realizados en municipios de l'Horta Sud, donde la densidad asociativa y la existencia de diferentes proyectos culturales favorecen este tipo de dinámicas colaborativas.

Figura 1. *Mural participativo impulsado por asociaciones y comités locales en la zona cero de la DANA*



Fuente: Obra de Lluïsa Penella i Pons (Catarroja, 2025). Fotografía de elaboración propia, 2026

4.2. La localización: geotag, copy y comentarios

Con el objetivo de profundizar en la representación digital del territorio, se realizó un análisis específico de la presencia y el modo de incluir la localización de las obras en las publicaciones analizadas. Este análisis atiende no solo al uso de herramientas técnicas de la plataforma –como la geolocalización–, sino también a la incorporación del lugar a través del texto del *post* (*copy*), de los comentarios y de otras estrategias narrativas implícitas.

Aunque todos los murales analizados se sitúan en municipios periféricos del área metropolitana de Valencia, la inclusión explícita del lugar se produce de forma selectiva. El uso de la geolocalización exacta (*geotag*) es relativamente limitado. De las publicaciones analizadas, el 24,1% incorpora una localización precisa asociada al lugar del mural; el 36,8% utiliza *geotags* genéricos o amplios –por ejemplo, el nombre del municipio o de la comarca– y el 39,1% no incluye ningún tipo de geolocalización. Sin embargo, sí que se hace una mayor referencia al territorio en el *copy*, encontrándonos con un 44,8% de los *posts* donde se menciona de manera explícita el lugar específico donde se localiza la obra y un 40,2% donde se menciona el municipio. Por lo tanto, la periferia se representa más bien a través de la propia narrativa expuesta por las propias artistas en el *copy* que mediante una geolocalización concreta que indique claramente la localización exacta de la obra. Cabe destacar también que en el 46,4% de las publicaciones aparecen comentarios en los que se hace referencia explícita al lugar, ya sea por parte de la propia artista, de instituciones etiquetadas o de personas vinculadas al municipio. Este tipo de referencias suele adoptar la forma de agradecimientos, menciones a entidades locales o expresiones de pertenencia. Por ello, se podría afirmar que la localización se presenta como una marca de reconocimiento comunitario, reforzando el vínculo entre mural, territorio y vecindario. En muchos casos, la ausencia de *geotags* se compensa con referencias en el texto o en los comentarios. En prácticamente todas las entrevistas realizadas, el lugar no es un elemento secundario, sino que tiene un papel protagonista en todo el proceso. Según Barbi, el lugar:

> es como la mitad del proyecto y en muchas ocasiones es parte fundamental, siempre por las personas que conviven con ese espacio. El espacio tiene unas connotaciones, unos conceptos en sí mismo… ser la plaza de un pueblo, estar a las afueras... Siempre va a ser un lugar donde haya gente que lo vea todos los días –gente al ir a trabajar, al ir a la escuela–. Entonces es muy importante lo que vas a pintar y tener en cuenta el entorno de ese muro. (Barbi, *comunicación personal*, 25 de enero de 2026)

Figura 2. *Homenaje a Kathrine Switzer*



Fuente: Obra de Barbi (Paiporta, 2021; afectada por la DANA). Fotografía de elaboración propia, 2026

Por su parte, Alba Bla sitúa el contexto en términos éticos: "creo que tienes que ir a conversar (…) hablar un poquito con el entorno porque no es un *sticker* que puedas pegar y despegar" (Alba Bla, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026). Y, para Lluïsa Penella i Pons, el lugar tiene "toda la importancia, la importancia principal" (Lluïsa Penella i Pons, *comunicación personal*, 15 de enero de

2026), sin embargo, la artista explica que, al tratarse de obras localizadas en la periferia, algunas veces es complicado incluir la ubicación concreta a través de Instagram y, en otras ocasiones, es ella quien decide si incluir la localización o no debido al carácter del mural que comparte:

> Sí que es cierto que, en el momento de poner la ubicación concreta, la herramienta Instagram, al estar hablando de zonas periféricas no tiene registrados esos puntos y entonces a lo mejor no puedo ponerla concretamente, pero sí que pongo la población y luego en la descripción (…). Sí que intento describirlo porque para mí, en mi caso, la obra no tiene sentido sin esa descripción" (Lluïsa Penella i Pons, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026).

Figura 3. *Eres imprescindible*



Fuente: Obra de Alba Bla (Puçol, 2023). Fotografía de elaboración propia, 2026

4.3. Análisis del tipo de espacio intervenido

Más del 70% de los murales se encuentran localizados en superficies vinculadas directamente a la vida cotidiana del vecindario, insertándose en tejidos urbanos ordinarios. Se observa, además, una clara presencia de murales ubicados en espacios habitados o de tránsito, lo que implica una convivencia diaria con el vecindario, consiguiendo una presencia integrada en el paisaje urbano.

Figura 4. *La dama de armiño*



Fuente: Obra de Rhapsodyca (Godejam 2025, Godella). Fotografía de elaboración propia, 2026

En cuanto a la presencia del entorno periférico, se identificaron tres patrones principales: un 23% presenta una periferia claramente visible –con un entorno urbano reconocible y con la presencia de edificios, calles y elementos del barrio–; en un 39% se observa una periferia parcialmente visible –presentando fragmentos del entorno, fondos desenfocados y elementos secundarios– y en un 38% la periferia no es visible –es decir, el mural se encuentra aislado y/o con un fondo neutro–. Cabe destacar que en el 77% de las publicaciones el entorno periférico aparece de manera parcial o fragmentada, mientras que en un 23% de los casos se muestra de forma clara y reconocible. En este sentido, la periferia visible se presenta como un territorio en transformación, lo que conecta con las afirmaciones de varias de las artistas entrevistadas:

> Generalmente, prefiero centrarme más en la obra, a no ser que sea un espacio muy bello porque sucede que los contextos urbanos de la periferia son espacios arquitectónicamente muy maltratados (…) yo lo que quiero con esos murales es quitar esa capa de cemento y hablar de lo que había en ese lugar antes. Aquí en Valencia, concretamente, casi siempre, si quitamos esa capa de cemento lo que había antes era huerta. Entonces yo en mis murales hablo de lo que había antes y, por lo tanto, no quiero centrarme demasiado en esa fotografía, en esos edificios que hay alrededor. (Lluïsa Penella i Pons, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026)

Figura 5. *El taronger*



Fuente: Obra de Lluïsa Penella i Pons (Torrent, 2024). Fotografía de elaboración propia, 2026

Los murales situados en fachadas residenciales y equipamientos públicos tienden a mostrar el entorno de forma más clara, mientras que aquellos ubicados en muros perimetrales, medianeras o espacios industriales presentan una mayor fragmentación visual del contexto. La elección de mostrar solo fragmentos del entorno o de aislar visualmente el mural puede interpretarse también como una estrategia para evitar una sobreexposición del lugar, especialmente en contextos sensibles o familiares para las artistas. Algunas muralistas expresan una preocupación explícita por los efectos de la visibilidad digital sobre los espacios periféricos, señalando riesgos como la turistificación:

> El mural es un arma de doble filo con lo que provoca la turistificación (…) cada vez soy más consciente de ello. (…) En pueblos muy pequeñitos (…) no hace falta, ¿sabes? En plan, a lo mejor pones la zona, que la gente investigue, que no hace falta poner la localización exacta de los sitios porque si no te los pervierte también… como que se pierde un poco la magia, ¿no? (Aleixa la Peixa, *comunicación personal*, 28 de enero de 2026)

Figura 6. *Mural para Cromàpica 2022, junto a las vías del metro*

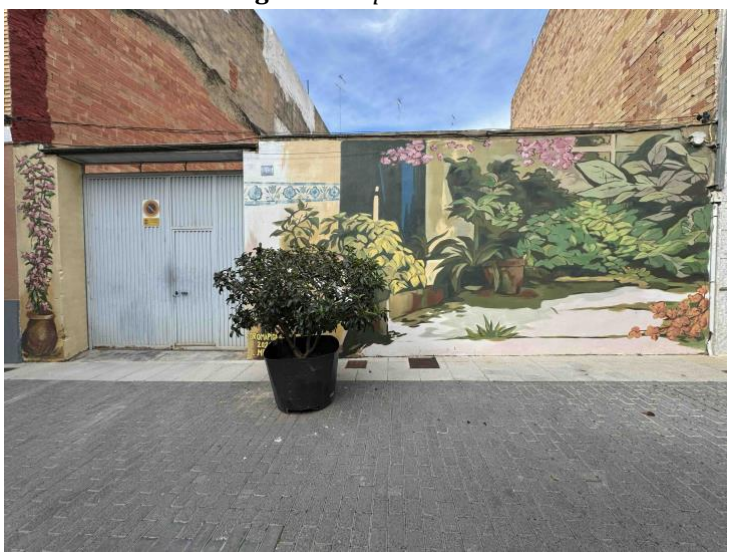


Fuente: Obra de Aleixa la Peixa y Giova (Picassent, 2022). Fotografía de elaboración propia, 2026

En varias de las entrevistas analizadas se puede observar cómo las artistas consideran al mural como un elemento que puede integrarse en la vida cotidiana de la comunidad vecinal o, por el contrario, cómo puede formar parte de lo que podríamos considerar como consumo cultural a través de la mirada del turista. Barbi establece ese contraste claro: "aquí en Valencia, en los barrios centrales, lo que tenemos son turistas. Y en los pueblos, en la periferia, vecinos" (Barbi, *comunicación personal*, 25 de enero de 2026). Otras artistas, en cambio, defienden la importancia de situar la obra en su contexto territorial para dotarla de sentido. Es el caso de Anna Repullo, quien explica que "la localización forma parte del mismo mural, para contextualizarlo y entenderlo" (Anna Repullo, *comunicación personal*, 27 de enero de 2026) o Laura Merayo, que recalca la importancia del lugar donde realiza su obra:

> tiene un papel principal en la obra misma, mis murales suelen girar en torno a las costumbres, cultura e idiosincrasia del lugar en el que se realizan. Para mí es muy importante entender el contexto del pueblo y sus gentes para realizar el mural, para que se sientan identificados y les llegue más. (Laura Merayo, *comunicación personal*, 22 de enero de 2026)

Figura 7. *El patio interior*



Fuente: Obra de Laura Merayo (Cromàpica 2024, Picassent). Fotografía de elaboración propia, 2026

Instagram refuerza esta lógica al permitir un encuadre selectivo del espacio. Las artistas construyen una representación filtrada de la periferia a través de la elección de planos, la eliminación de determinados elementos del entorno o la focalización en detalles del mural. Se comprueba, además, que en las publicaciones analizadas predominan los planos cerrados y medios frente a los planos generales, que muestran el mural en su totalidad y en relación con el entorno. El plano general aparece principalmente cuando se busca contextualizar el mural dentro del espacio urbano, permitiendo reconocer tanto la obra como el edificio o la calle donde se sitúa y presentando, así, una contextualización controlada. Por su parte, el plano medio permite mostrar el mural de forma reconocible, manteniendo una relación visible con el entorno. En cuanto al plano detalle, este aparece especialmente en publicaciones en formato carrusel y suele enfatizar aspectos formales del mural como texturas, trazos, colores o figuras, reduciendo la visibilidad del entorno donde se sitúa.

4.4. Construcción de la figura pública

En cuanto al contenido audiovisual compartido en las publicaciones analizadas, se comprueba que en un 54% solo aparece representado el mural, sin acompañarse de ninguna figura humana. En el 43,7% aparece la artista de manera clara u ocasional, trabajando o posando junto a la obra y en 12 de las 87 publicaciones analizadas se observa una presencia mixta, incluyendo a la artista junto a otras personas. Aunque la aparición de la artista en el contenido compartido es una estrategia relevante en Instagram, la mayoría de las publicaciones prioriza la centralidad visual de la obra, manteniendo un equilibrio entre visibilización personal y protagonismo del mural.

> Generalmente yo siempre hago la foto final de la obra, yo no aparezco, y si me ves aparecer me verás en vídeos de procesos, que eso a veces sí que lo subo –tener una cámara grabando cuando es un muro pequeño que no va a durar mucho tiempo y me lo permite el formato–. Sí que puedo hacer un *timelapse* en el que estoy pintando y cómo va surgiendo el muro, pero saldré de espaldas siempre. No es algo a lo que me niego, pero tampoco es algo que busque. (Lluïsa Penella i Pons, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026)

La presencia corporal de las artistas se vincula tanto a estrategias de visibilidad y profesionalización como a las lógicas algorítmicas de la plataforma, que favorecen la aparición de cuerpos y rostros. Las entrevistas permiten interpretar estas decisiones como respuestas a las lógicas de visibilidad propias de Instagram. Alba Bla señala que las publicaciones en las que aparece suelen tener mayor alcance y describe la plataforma como un sistema que "tiene su propia ideología y que está decidiendo por ti, entonces al final estás basando unos resultados en el filtro de una empresa que tiene una política y que decide qué es interesante y qué no" (Alba Bla, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026). Barbi, por su parte, reconoce que la presencia del cuerpo facilita la empatía y el reconocimiento: "pues prefiero salir porque así me dan más *likes*, la verdad (…). La gente empatiza cuando te ven en las fotos, eso es así" (Barbi, *comunicación personal*, 25 de enero de 2026).

Por otro lado, la presencia exclusiva del vecindario se identifica únicamente en 3 publicaciones, y la del equipo técnico en 2, lo que indica que, aunque la dimensión comunitaria es relevante en el discurso, no siempre se traduce visualmente en la representación del mural de manera visual. En estos casos, las personas aparecen generalmente como figuras secundarias, integradas en el entorno o en el proceso de realización, más que como protagonistas. Aunque la comunidad aparece de manera muy reducida en el material audiovisual compartido, sí que está del todo presente en el discurso narrativo del proceso. Este hecho se confirma en varias de las entrevistas realizadas, donde la alusión a la comunidad local se repite en diversas ocasiones. Irene Remón, recordando su experiencia como una de las muralistas participantes en el Festival Cromàpica de Picassent 2025, indica cómo los propios vecinos le transmitían la desigualdad en la distribución cultural con frases como "menos mal que hay un mural aquí, porque siempre lo hacen en el centro". Además, indica que, en zonas más periféricas como Picassent, la relación con la comunidad es más cercana:

> como que son gente que está más acostumbrada a estar en la calle, ¿no? Pues en los bares o con los vecinos. O sea, yo creo que tienen relaciones más comunitarias. Entonces, su relación contigo también es más comunitaria. No entienden como que estás trabajando ahí aislada, sino que en ese tiempo vas a ser parte del barrio. Y yo creo que eso define mucho cómo son, cómo entienden la

construcción social del barrio y cómo entienden las relaciones con cualquier persona que trabaje en el barrio. (Irene Remón, *comunicación personal*, 26 de enero de 2026)

Figura 8. *Les flors i el pati*



Fuente: Obra de Irene Remón (Cromàpica 2025, Picassent). Fotografía de elaboración propia, 2026

Lluïsa Penella i Pons describe el mismo fenómeno en términos de densidad de interacción, indicando que cuanto más se aleja del centro, más contacto tiene con la población. Explica también la importancia de los testimonios del vecindario sobre el lugar en el que está interviniendo artísticamente, considerándolo esencial en sus obras:

> intento siempre indagar… que me cuenten los vecinos. Además, a poder ser, testimonios orales que no están institucionalizados, que no forman parte de ese saber universal. Para darles voz y darles también esa cierta vigencia de saber importante. Intento poner los saberes rurales al mismo nivel que los saberes urbanos o que los saberes universales. (Lluïsa Penella i Pons, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026)

4.5. Identidad y autoría

Con el objetivo de analizar cómo construyen las artistas su identidad digital en Instagram, se realizó un análisis específico de los 21 perfiles incluidos en el corpus, atendiendo al nombre real, el alias y el nombre mostrado en el perfil. Tras el análisis realizado, se han identificado tres estrategias diferenciadas: un 28,6% hace uso de un alias creativo o metafórico –es decir, un nombre que no podemos relacionar estrechamente con su nombre propio–, un 61,9% opta por utilizar un alias derivado de su nombre real –por ejemplo, su nombre completo, un diminutivo o una combinación con uno o dos apellidos– y un 9,5% utiliza un alias compuesto por su nombre real y una referencia artística y/o profesional como "*art*", "mural" o "ilustración", entre otras. Por lo tanto, tras los resultados obtenidos, cabe destacar que la mayoría de las artistas prefiere construir una identidad digital a partir de un alias artístico –unas veces más cercano a su nombre real y, otras, totalmente alejado del mismo–, consiguiendo así la creación de una marca personal dentro del ámbito artístico.

Por otro lado, el nombre mostrado en el perfil, el cual es un campo editable independiente del alias, tiende a corresponderse con el nombre completo y con la identidad profesional. El nombre real o artístico completo se presenta en 9 perfiles (42,9%), el nombre acompañado de un descriptor profesional como muralista, artista o ilustradora se localiza en 5 perfiles (23,8%), la presencia del alias artístico sin descriptor profesional se presenta en 6 perfiles (28,6%) y en uno de los perfiles ese nombre no aparece. Por lo tanto, se observa una gran coherencia entre el nombre de la artista, el alias y el

nombre mostrado. El alias funciona como marca creativa y elemento distintivo, el nombre mostrado aporta claridad y profesionalidad y el contenido del perfil refuerza esa identidad.

En cuanto a la imagen de perfil escogida por cada una de las artistas objeto de estudio, se han identificado 3 tipologías principales. Por un lado, en 10 de los 21 perfiles analizados se observa la presencia de imágenes correspondientes a obras realizadas por las propias artistas o a fragmentos de alguno de sus murales; en 8 perfiles se han detectado imágenes donde la artista aparece junto a su mural –de espaldas, posando o pintando–; por último, únicamente se han localizado retratos o fotografías de las artistas en 3 de los perfiles estudiados. Por lo tanto, cabe subrayar que gran parte de los perfiles se corresponden con imágenes sin un rostro visible o con una visibilidad parcial de la artista donde se comparte protagonismo con la obra.

> Al final, en Instagram tú puedes crearte tu propio avatar de artista y ser lo que tú quieras ser. Se sabe bastante cómo es la personalidad de cada artista por el contenido que sube y cómo interactúa con la red y el público. (Laura Merayo, *comunicación personal*, 22 de enero de 2026)

En la bio se muestran, además, aspectos relacionados con la profesión, identidad o territorio. En un 85% de los perfiles se identificó una bio con una autodefinición profesional explícita frente a un 15% en el que no se llegó a identificar. Además, se observan diferentes categorías profesionales recurrentes, combinándose incluso varias de ellas en un mismo perfil: artes visuales; práctica situada; *Art & Land*; muralismo contextual; artista; muralista; artista urbana; *woman street artist*; *stencil artist*; *visual poetess*; tallerista; *contemporary urban artivism*; graffiti. Además, 11 de esos 21 perfiles incorporan en su bio referencias explícitas al territorio, conectando la identidad digital de la artista con el contexto territorial donde desarrolla su trabajo. De este modo, se puede afirmar que la bio funciona como una breve carta de presentación que sitúa a la artista dentro de redes profesionales y culturales.

Cabe recalcar que, en 16 de los 21 perfiles analizados, se incluye algún tipo de información de contacto. Por lo tanto, una mayoría significativa de las artistas utiliza Instagram como canal profesional activo, facilitando el contacto para encargos, colaboraciones o proyectos. La presencia de información de contacto en la bio refuerza la lectura de Instagram como una herramienta de trabajo, no únicamente como una galería o archivo visual.

> mi Instagram lo entiendo como una especie de porfolio abierto para que, si alguien me ha mencionado o le ha llegado mi nombre de algún modo, pueda echar un vistazo rápido a lo que hago sin hacer un tedioso currículum que enviar, y lo entiendo más como un porfolio que como un método de publicidad. (Lluïsa Penella i Pons, *comunicación personal*, 15 de enero de 2026)

5. Conclusiones

El análisis de las prácticas muralistas desarrolladas por mujeres en los municipios de l'Horta Nord y l'Horta Sud permite comprender el muralismo contemporáneo como una práctica cultural situada, híbrida y relacional, que se encuentra entre un espacio físico –el urbano– y uno digital –a través de su presencia en las redes sociales–. A lo largo del estudio, se ha podido comprobar cómo el mural no se limita a una intervención estética sobre el muro, sino que se configura como un proceso social, territorial y simbólico cuya circulación en Instagram amplía sus significados, recibiendo diferentes miradas.

La periferia urbana no se representa de forma homogénea, sino a través de diferentes estrategias selectivas de visibilización. La localización del mural aparece de manera más frecuente a través de las narrativas textuales –presentes en el *copy*, menciones, *hashtags* y comentarios–, que a través de la geolocalización de la plataforma. Esta elección responde tanto a limitaciones tecnológicas –derivadas de la falta de registro de espacios periféricos– como a decisiones conscientes de las artistas, vinculadas a preocupaciones éticas sobre la sobreexposición del territorio, la turistificación y la gentrificación.

Los murales se localizan mayoritariamente en entornos de uso cotidiano, alejados de la monumentalidad y estrechamente vinculados a la vida del vecindario. Esta localización refuerza el carácter relacional del muralismo, que se construye en diálogo con las personas que habitan el lugar y con las memorias e identidad locales.

Instagram desempeña un papel central en la construcción de la figura pública de las muralistas. Las artistas utilizan la plataforma como un archivo visual, un porfolio profesional y un espacio narrativo

donde explicar todo aquello que sienten y experimentan a lo largo de todo el proceso de creación. La presencia parcial o no de su cuerpo no depende únicamente de sus estrategias personales, sino que en muchas ocasiones está estrechamente relacionada con las lógicas algorítmicas de la red social.

Desde una perspectiva feminista, los resultados ponen de relieve cómo estas prácticas contribuyen a generar un orden simbólico alternativo en el espacio público y digital. El muralismo realizado por mujeres actúa como una forma de ocupación y reapropiación de un espacio históricamente masculinizado, mientras que su circulación en redes sociales permite ampliar esa presencia más allá del espacio físico. En este sentido, la figura de la muralista puede entenderse como una subjetividad híbrida, en la que cuerpo, tecnología e imagen se ensamblan para producir nuevas formas de visibilidad y narración, en consonancia con las aportaciones del ciberfeminismo. Por lo tanto, el muralismo se considera no solo como una intervención artística más, sino como una práctica cultural que podemos situar entre el muro y la pantalla donde género, tecnología y territorio están estrechamente relacionados.

6. Agradecimientos

El presente texto nace en el marco del proyecto I+D del Plan Nacional, Programa Generación de Conocimiento 2022, titulado “Espacios culturales y prácticas artísticas contemporáneas: estrategias y dinámicas de renovación en periferias urbanas” (2023–2026, Ref.PID2022-140361NB-I00). Parte de la investigación se desarrolló durante una estancia en el Centro de Investigación Arte y Entorno (CIAE) de la Universitat Politècnica de València, a la que se agradece la acogida institucional. Asimismo, se agradece a las artistas participantes su disposición y colaboración en las entrevistas realizadas para este estudio.

Referencias

Alba Bla [@alba_bla]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/alba_bla/
Aleixa la Peixa [@alter_ale.murs]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/alter_ale.murs/
Alejandra De La Torre [@alejandradelatorrework]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/alejandradelatorrework/
Alicia Jordá de Lucas [@aliciajordart]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/aliciajordart/
Anna Repullo Vique [@anarepullovique]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/annarepullovique/
Atena [atena_arts]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/atena_arts/
Barbi [@barbiturikills]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/barbiturikills/
Boscaino, M. (2021). Developing a Qualitative Approach to the Study of the Street Art World. *SAUC - Street Art and Urban Creativity*, 7(2), 8 - 25. https://doi.org/10.25765/sauc.v7i2.473
BTOY [@btoyglitch]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/btoyglitch/
Cixous, H. (1995). *La risa de la medusa. Ensayos sobre la escritura*. Editorial Anthropos.
Consorcio Pactem Nord (2017*). Análisis territorial de l'Horta Nord. Informe ejecutivo*. Pactem Nord.
de Beauvoir, S. (1998). *El segundo sexo*. Ediciones Cátedra.
Doa oa [@doa_oa]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/doa_oa/
Dyca [@rhapsodyca]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/rhapsodyca/
Fundació Horta Sud (2019). https://fundaciohortasud.org/es/lhorta-sud/
Galletamaria [@galletamaria_pinta]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/galletamaria_pinta/
Irene Remón [@irenxremon]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/irenxremon/
Irigaray, L. (2009). *Ese sexo que no es uno*. Akal.
It's mancho [@itsmancho]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/itsmancho/
Kozinets (2020). *Netnography. The essentian guide to qualitative social media research*. SAGE.
Laura Merayo [@lauradibujamealgo]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/lauradibujamealgo/
Lluïsa Penella i Pons [@lluisapenellaipons]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/lluisapenellaipons/
Marta Lapeña [@mart_lap_]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/mart_lap_/
Muñoz Criado, A. (Dir.) (s.f.). Plan de la Huerta de Valencia. Un paisaje cultural milenario. Generalitat Valenciana.
Nena Wapa Wapa [@lanenawapawapa]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/lanenawapawapa/
Rosa Fuster Serquera [@roseta.fs]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/roseta.fs/
Sara Chóliz [@s.choliz]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/s.choliz/
Sara Dymz [@rhapsodyca]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/rhapsodyca/
Silvia López / Ilustración [@_silpic_]. (s.f.). Instagram. https://www.instagram.com/_silpic_/