

INFORME COMUNICACIÓN

Periodo

1 mayo · 31 diciembre 2025

2025

INDICE



Estrategias	1
Clipping prensa	2
Resumen publicaciones	3
Análisis de audiencias	16
Audiencias de Instagram	17
Conclusiones	21
Contacto	22

ESTRATEGIAS



Contenidos para RRSS

Creación de contenidos para redes sociales, especialmente Instagram, mediante reels, publicaciones y carruseles orientado

Realización de entrevistas a artistas y comisarios con el objetivo de acercar al público los procesos artísticos y curatoriales que articulan Alumbra Rural

Desarrollo de la cobertura mediática de exposiciones, muestras y eventos, reforzando su visibilidad y alcance digital

Relación con prensa

Promoción de las exposiciones y eventos en los distintos espacios del territorio, mediante una estrategia continuada de comunicación con medios

Fortalecer relaciones con los principales medios de comunicación y profesionales de la prensa a nivel regional

Implicación de artistas y comisarios en las acciones de comunicación, favoreciendo una difusión más directa del proyecto

Recursos digitales

Generación de recursos digitales e interactivos para la plataforma de Alumbra Rural, que permitan ampliar la experiencia del proyecto

Conectar con mediadores culturales, profesionales del sector e instituciones interesadas en el medio rural y la cultura contemporánea

Optimización de la web de Alumbra Rural para mejorar el acceso a la información, la navegación y la coherencia con los ejes estratégicos del proyecto.

Aliados

Colaboración estrecha con la Junta de Castilla-La Mancha en la comunicación y organización de los eventos de Alumbra Rural

Conexión con profesionales de la cultura vinculados al medio rural para fomentar su participación en el proyecto

Promoción de los espacios que acogen las propuestas de Alumbra Rural, así como de las personas e instituciones responsables de su gestión

CLIPPING DE PRENSA



Desde el mes de mayo, en Alumbra Rural hemos trabajado de manera continuada en la **implementación de un plan de comunicación eficaz**, a partir del inicio de nuestro periodo expositivo y de muestras. Uno de los objetivos principales ha sido **dar visibilidad a las exposiciones y muestras de los 19 artistas del programa presentadas en los espacios asociados de Castilla-La Mancha, así como a la exposición colectiva ¡Qué alegría verte!**, celebrada en el Museo de Albacete, junto con las distintas formaciones y encuentros organizados en torno a esta muestra colectiva.

Como resultado, hemos constatado **un notable impacto en los medios de comunicación regionales** de Castilla-La Mancha, con una amplia presencia mediática. Asimismo, el proyecto ha logrado una proyección a nivel nacional, con **apariciones en medios de cobertura general** como *El Confidencial*, *El Español* o *La Vanguardia*.

La cobertura mediática en poblaciones castellanomanchegas como Talavera de la Reina, Hellín o Alcaraz, así como en epicentros culturales como Cuenca y Albacete, ha **facilitado que el proyecto fuera conocido por la comunidad local, reforzando su implantación y visibilidad en el territorio**. Este impacto se ha visto reflejado y retroalimentado a través de nuestras redes sociales, donde se ha registrado un incremento del interés y la interacción por parte del público.

Entre los hitos a nivel comunicativo destaca el programa de **RNE Las Grilladas, dedicado íntegramente a Alumbra Rural**, que permitió dar a conocer el trabajo desarrollado desde la voz de sus propios protagonistas. Del mismo modo, el artículo "Los bohemios se van al pueblo: en Villanueva del Rosario los domingos son de misa y 'performance'", coordinado por Guillermo Cid, resultó clave para **posicionar a Alumbra Rural como uno de los proyectos culturales de referencia en el ámbito rural**.

🕒 Fecha de publicación

📍 Medio digital

👥 Tráfico usuarios*



🕒 7 de junio 2025

PRENSA

'Alumbra' recorrerá Castilla-La Mancha con 19 artistas



La Tribuna de Albacete



387,564



🕒 7 de junio 2025

PRENSA

Cuenca, entre las paradas de la muestra Alumbra, que reivindica el entorno rural como territorio de innovación



Enciende Cuenca



10,755



🕒 7 de junio 2025

PRENSA

'¿Qué es 'Alumbra'? Llegará a Talavera de la Reina y Toledo



La Voz del Tajo



534,062



🕒 7 de junio 2025

PRENSA

La muestra 'Alumbra' recorrerá diferentes espacios culturales de Castilla-La Mancha en los próximos meses



Europa Press



10.75M

*Las mediciones se han obtenido a partir de SimilarWeb, que calcula una media del tráfico de usuarios correspondiente a los tres últimos meses.



8 de junio 2025

PRENSA

'Alumbra' recorrerá Castilla-La Mancha con 19 artistas



Ocio Cuenca



6,340



8 de junio 2025

PRENSA

Juan Carlos Prieto. 'Desde los ojos de un conejo'



artepuntos



5,658



18 de junio 2025

PRENSA

Nené Rodríguez presenta el hogar como refugio o jaula



La Tribuna de Talavera



192,384



18 de junio 2025

PRENSA

La artista Nené Rodríguez inaugura en Talavera una exposición íntima sobre memoria, hogar e identidad



La Voz del Tajo



534,062



🕒 5 de julio 2025

[PRENSA](#)

Nené Rodríguez protagoniza en Talavera la exposición que redefine lo rural desde el arte joven

📍 [Objetivo CLM](#)

👥 34,717



🕒 10 de julio 2025

[PRENSA](#)

Cuatro artistas castellanomanchegas reivindican lo rural en Peñarubia y Alcaraz

📍 [Somos CLM](#)

👥 2,266



🕒 13 de julio 2025

[PRENSA](#)

Cuatro artistas jóvenes resignifican lo rural con exposiciones en la provincia de Albacete

📍 [Más que Alba](#)

👥 176,740



🕒 25 de agosto 2025

[RADIO](#)

Las grilladas - Alumbra Rural

📍 [RNE](#)

👥 26.33M



🕒 9 de septiembre 2025

PRENSA

Cerámica contemporánea en el Ruiz de Luna

📍 La Tribuna de Toledo

👥 307,622



🕒 11 de septiembre 2025

PRENSA

Amanda Peña expone en Talavera de la Reina a través del proyecto 'Alumbra'

📍 Lanza Digital

👥 514,748



🕒 11 de septiembre 2025

PRENSA

El proyecto 'Alumbra' está permitiendo desarrollar más de una veintena de exposiciones por el conjunto de Castilla-La Mancha

📍 CLM Press

👥 2,549



🕒 12 de septiembre 2025

PRENSA

Llega el proyecto 'Alumbra' a Talavera

📍 Cover Talavera

👥 19,043



🕒 12 de septiembre 2025

PRENSA

La cerámica contemporánea llega al Ruiz de Luna con 'Alumbra'

📍 La Tribuna de Toledo

👥 307,622



🕒 21 de septiembre 2025

PRENSA

Los bohemios se van al pueblo: en Villanueva del Rosario los domingos son de misa y 'performance'

📍 El Confidencial

👥 48.53M



🕒 27 de septiembre 2025

RADIO

Castilla-La Mancha Hoy. Programa del 27 de septiembre

📍 CMM

👥 1.139M



🕒 2 de octubre 2025

PRENSA

¡Qué alegría verte! Juventud y creación contemporánea en el medio rural

📍 ARTE INFORMANDO

👥 158,892



🕒 2 de octubre 2025

PRENSA

Convocatoria de Espectáculos para la XXX Edición de la Feria de Artes Escénicas y Musicales en Castilla-La Mancha el 7 de Octubre

📍 [La Mancha.net](https://la Mancha.net)

👥 1,811



🕒 2 de octubre 2025

PRENSA

Convocatoria de Espectáculos para la XXX Edición de la Feria de Artes Escénicas y Musicales en Castilla-La Mancha – 7 de Octubre

📍 Alcazar de San Juan

👥 2,151



🕒 2 de octubre 2025

PRENSA

Convocatoria de Espectáculos para la XXX Edición de la Feria de Artes Escénicas y Musicales en Castilla-La Mancha el 7 de Octubre

📍 Herencia.net

👥 6,350



🕒 5 de octubre 2025

PRENSA

Las tres exposiciones que unen memoria, cuerpo y ruralidad

📍 La Tribuna de Albacete

👥 387,564



🕒 5 de octubre 2025

[PRENSA](#)

Alcaraz inspira el arte contemporáneo en Castilla-La Mancha con el programa 'Alumbra Rural'



[Objetivo Sierra de Albacete](#)



1,436



🕒 28 de octubre 2025

[PRENSA](#)

Gustavo Insaurrealde curará dos muestras en España y llevará la Bienal a Uzbekistán



[Diario Chaco](#)



747,232



🕒 28 de octubre 2025

[PRENSA](#)

El curador Gustavo Insaurrealde proyecta su trabajo sin fronteras

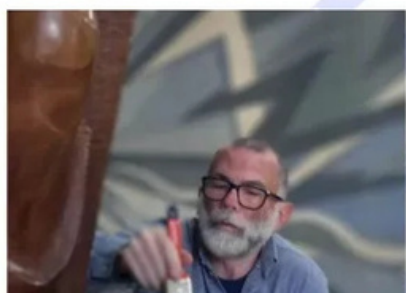


[El Difusor](#)



1,099

alumbra | programa para jóvenes artistas en el medio rural



🕒 29 de octubre 2025

[PRENSA](#)

El curador Gustavo Insaurrealde proyecta su trabajo sin fronteras en Europa y Asia



[Primera Línea](#)



94,072



🕒 3 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

La Sala Princesa Zaida inaugura "Peregrinos del paisaje" diálogo artístico entre María Esteve y Zhenxiang Zhao



[Ocio Cuenca](#)



6,340



6 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

Qué hacer en Cuenca este fin de semana: planes culturales, musicales y cinematográficos



[Voces de Cuenca](#)



407,378



9 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

Zhenxiang Zhao, las formas del mimbre



[La Circular](#)



4,424



14 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

Diálogos Contemporáneos: Arte y Ruralidad en Cuenca.



[artepuntos](#)



5,658



🕒 15 de noviembre 2025

PRENSA

Dos muestras que reinterpretan lo rural desde el arte contemporáneo

📍 Las Noticias de Cuenca 👤 63,989



🕒 15 de noviembre 2025

PRENSA

El valdepeñero Lorenzo Galgó inaugura la exposición 'Aire 151 125' en Cuenca de la mano de la viceconsejera de Cultura y Deportes

📍 El Eco de Valdepeñas 👤 16,268



🕒 15 de noviembre 2025

PRENSA

El DOCM publicará en próximos días la resolución de espectáculos de 'Circuito 2026' con 248 propuestas

📍 La Vanguardia 👤 33.29M



🕒 20 de noviembre 2025

PRENSA

Albacete acoge una jornada pionera sobre mecenazgo cultural

📍 La Tribuna de Albacete 👤 387,564



🕒 20 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

Albacete Inaugura Jornada Pionera de Mecenazgo Cultural en Alumbra Rural

📍 [Herencia.net](#)

👥 6,350



🕒 20 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

Albacete Inaugura una Jornada Pionera sobre Mecenazgo Cultural en el Proyecto Alumbra Rural

📍 [Alcazar de San Juan](#)

👥 2,151



🕒 29 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

'Alumbra': un proyecto estratégico para el futuro cultural y rural de Castilla-La Mancha

📍 [El Digital de Cuenca](#)

👥 15,233



🕒 29 de noviembre 2025

[PRENSA](#)

Arte joven para reimaginar lo rural: así es 'Alumbra', el nuevo proyecto cultural de Castilla-La Mancha

📍 [El Digital de Albacete](#)

👥 1.902M



🕒 1 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

Del campo a la galería: Castilla-La Mancha impulsa la creatividad de una veintena de jóvenes artistas con Alumbra

📍 [El Español](#)

👤 54.68M



🕒 1 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

ALUMBRA, un laboratorio rural para la nueva generación de artistas

📍 [Nueva Alcarria](#)

👤 907,046



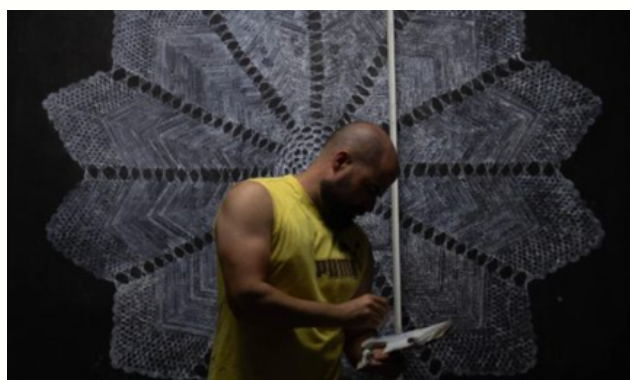
🕒 3 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

Lo rural como punto de partida para la creación artística en Castilla-La Mancha: así es el proyecto Alumbra

📍 [En CLM](#)

👤 386,267



🕒 10 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

David Gómez nos propone pensar con las manos

📍 [Plataforma Arte Contemporáneo](#)

👤 18,497



🕒 11 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

'Alumbra Rural' llega a Hellín con dos exposiciones

📍 [Más que Alba](#)

👥 176,740



🕒 11 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

La Junta Respalda «Alumbra Rural» en Hellín con Exposiciones Artísticas

📍 [Herencia.net](#)

👥 6,350



🕒 15 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

Clara Ballesteros presentará 'Escombros de luz' en el Museo

📍 [La Tribuna de Albacete](#)

👥 387,564



🕒 17 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

Elu López presenta Recovera, primer adelanto de su EP Volver al origen

📍 [Brodway World](#)

👥 2.054M



17 de diciembre 2025

[PRENSA](#)

Una propuesta de contagio: la mediación cultural como viabilizadora de los derechos culturales

[La Circular](#)



4,424



8 de enero 2026

[PRENSA](#)

«Pensar con las manos», de David Gómez Gómez: memoria, intuición y territorio rural en el Museo de la Semana Santa de Hellín



[ABC](#)



39.32M



9 de enero 2026

[RADIO](#)

Hoy por Hoy Albacete (09/01/2026)



[Cadena SER](#)



25.41M

ANÁLISIS DE AUDIENCIAS



Durante el periodo analizado, **Instagram se consolidó como el principal motor del proyecto**, superando las **589.000 visualizaciones (+562%)** y alcanzando cerca de **8.800 interacciones (+470%)**. Este canal destaca por su capacidad para generar **visibilidad, crecimiento orgánico y comunidad**. Debido al peso y la relevancia de esta red social, superior al resto de plataformas empleadas, el estudio se centrará en Instagram, al tratarse del canal más representativo de la actividad, el alcance y los logros del proyecto.

Facebook registró un crecimiento porcentual muy elevado; sin embargo, continúa teniendo un volumen reducido de audiencia, por lo que su función es principalmente **complementaria y de apoyo a la difusión**.

LinkedIn (NAVEL) mantiene **un perfil institucional estable**, con un impacto moderado. Se trata de un canal útil para el posicionamiento profesional, la comunicación de convocatorias y la visibilidad institucional, aunque no genera una comunidad activa ni altos niveles de interacción.

En cuanto al contenido, los formatos vinculados a la práctica artística, los procesos curatoriales y la experiencia de los proyectos son los que obtienen mayores niveles de engagement, frente a las publicaciones de carácter más informativo o promocional.



Impresiones

616.51

Seguidores

5.175

+179.58%



Publicaciones

1.170

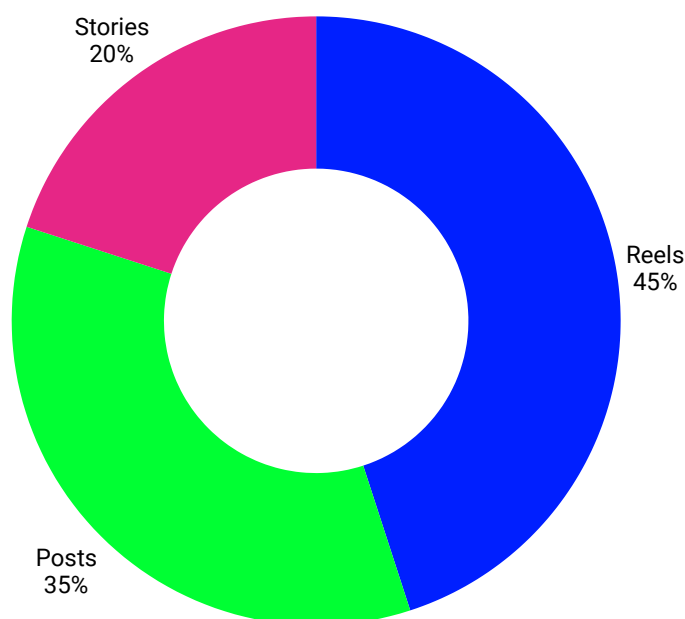
Interacciones

12.18

+349.46%

by **metricool**

Contenido



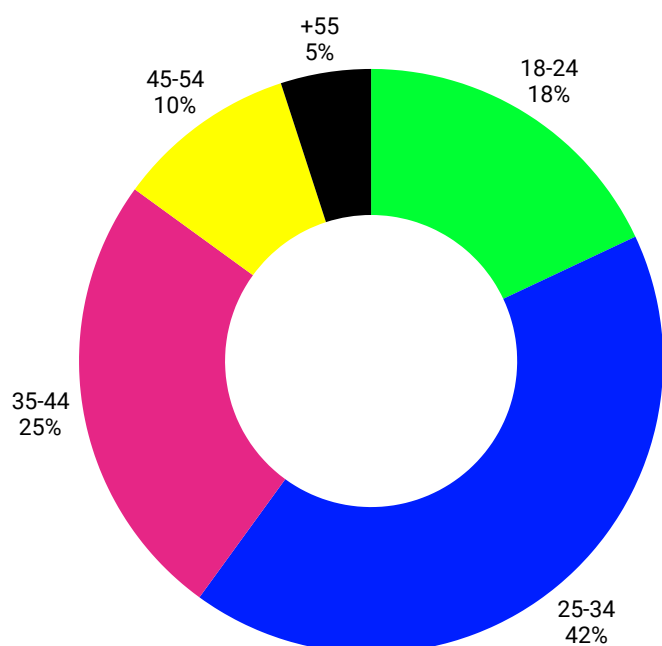
El nivel de engagement registrado en las publicaciones (**7,31 de media**) resulta **elevado para un perfil no masivo**, lo que evidencia una audiencia con un alto grado de implicación. **Los contenidos que obtienen mejor rendimiento son aquellos centrados en procesos creativos, comisariado y contextualización conceptual de las exposiciones**, lo que indica que el público valora el contenido reflexivo y explicativo más allá del componente meramente visual.

En este sentido, no se trata de un público generalista, sino de una comunidad formada, vinculada al arte contemporáneo, la mediación cultural y las prácticas curatoriales.

Género



Edad



El programa interpela a los jóvenes adultos de entre **25 y 34 años**, que constituyen el núcleo de la audiencia. Este grupo comparte una **proximidad generacional y profesional** con los artistas participantes y muestra un interés por proyectos culturales vinculados al territorio, la sostenibilidad y nuevas formas de creación en el medio rural.

En Instagram, las publicaciones **concentran la mayor parte de la interacción y el engagement**, lo que contribuye a la **consolidación de la comunidad del proyecto**. **los reels funcionan como la principal herramienta de alcance y visibilidad**, facilitando la llegada a nuevas audiencias y ampliando el reconocimiento del perfil.

Publicaciones



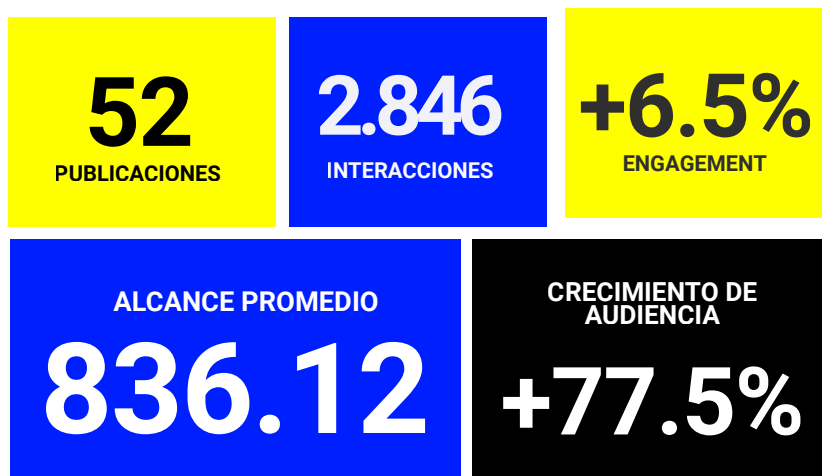
El mejor rendimiento de las publicaciones se da cuando el contenido:

- **incorpora a artistas o comisarios concretos**, personalizando el relato
- muestra el **proceso creativo o curatorial**, y no únicamente la obra final
- construye **una narrativa territorial y humana**, vinculada al contexto y a la experiencia.

Reels

En el caso de los reels, su impacto aumenta de forma significativa cuando:

- **documentan inauguraciones, activaciones o momentos del proyecto**
- aparecen **personas hablando, participando o viviendo la experiencia cultural**
- **transmiten emoción y sensación de evento**, generando un consumo más prolongado del contenido.



POSTS DESTACADOS



POST 1

Visualizaciones	3,662
Alcance	1,560
Likes	334
Engagement	28,35

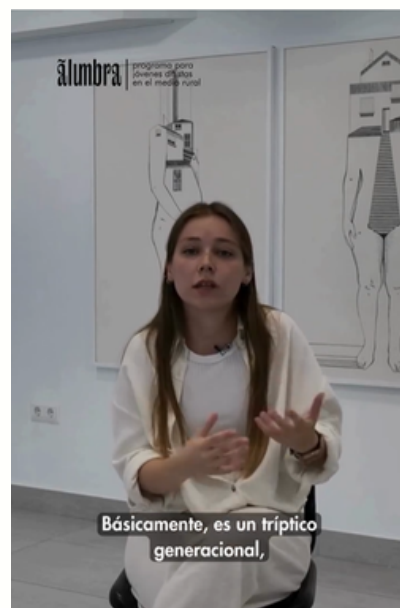
POST 2

Visualizaciones	7,596
Alcance	3,583
Likes	302
Engagement	9,94

POST 3

Visualizaciones	14,81k
Alcance	4,607
Likes	243
Engagement	6,66

REELS DESTACADOS



REEL 1

Visualizaciones	5,713
Alcance	1,578
Likes	244
Engagement	16,54

REEL 2

Visualizaciones	6,281
Alcance	3,365
Likes	241
Engagement	8,35

REEL 3

Visualizaciones	5,729
Alcance	1,145
Likes	232
Engagement	21,14

CONCLUSIONES



Entre mayo y diciembre de 2025, la actividad en redes sociales de Alumbra Rural ha **experimentado un crecimiento muy notable**, tanto en visibilidad como en construcción de comunidad, reflejado en el fuerte aumento de seguidores, impresiones e interacciones. Este crecimiento indica una **consolidación del proyecto en el entorno digital** y un interés creciente por sus propuestas culturales. **Instagram se ha posicionado como el canal principal de comunicación**, concentrando los mejores resultados en alcance y engagement, especialmente a través de **contenidos vinculados a exposiciones, procesos creativos y presentación de artistas y comisarios**. Los formatos narrativos y visuales, que contextualizan el trabajo artístico y muestran el detrás de cámaras, han demostrado ser los más efectivos para conectar con la audiencia.

Asimismo, los reels han contribuido a ampliar el alcance del proyecto, aunque los niveles de interacción asociados a este formato muestran margen de mejora, lo que sugiere la necesidad de **reforzar la narrativa y la participación del público**. La comunidad generada es mayoritariamente nacional, con una fuerte presencia en grandes núcleos urbanos, lo que pone de manifiesto la capacidad del proyecto para tender puentes entre el ámbito rural y los públicos urbanos interesados en la cultura contemporánea. Por último, LinkedIn, a través de NAVEL, cumple principalmente una función institucional y profesional, aportando visibilidad y posicionamiento en el sector cultural, aunque con un nivel de interacción menor. En conjunto, los datos confirman que la estrategia digital ha sido eficaz para ampliar el alcance, fortalecer la identidad del proyecto y sentar una base sólida para su desarrollo futuro.

OBJETIVOS

Consolidar Instagram como eje estratégico

Priorizar contenidos narrativos: procesos, testimonios, activaciones y contextos. Establecer una frecuencia equilibrada que evite la saturación.

Optimizar el formato reel

Incluir más llamadas a la acción (preguntas, invitaciones a comentar o guardar). Experimentar con subtítulos y storytelling breve.

Potenciar la interacción cualitativa

Responder comentarios y fomentar conversaciones. Incentivar guardados y compartidos con contenidos útiles. Integrar más dinámicas participativas

Reforzar el vínculo entre territorio y relato digital

Profundizar en la relación entre arte, ruralidad y territorio. Mostrar más procesos locales, colaboraciones y contexto geográfico.

CONTACTO



Teléfono

+34 626 91 85 59

Correo

comunicacion@somosvertice.es

Web

alumbrarural.com

Dirección

Calle Castelar 3, Bajo, Hellín, 02400, Albacete

ãlumbra | programa para
jóvenes artistas
en el medio rural