

EL FESTIVAL DE MÁLAGA ABRE CON ÉXITO UNA PUERTA A LA NORMALIDAD Y DEMUESTRA DE NUEVO QUE LOS EVENTOS CULTURALES SON SEGUROS

La 24 edición ha contado con casi 70.000 espectadores, participantes y público en sus proyecciones, actividades y exposiciones

15/06/2021.- El 24 Festival de Málaga, celebrado del 3 al 13 de junio, ha finalizado con el apoyo del sector, la ciudad, el público y las instituciones, que han aplaudido de forma unánime el éxito conseguido. Su director, Juan Antonio Vigar, asegura que la alegría y la utilidad han definido esta edición, desarrollada aún con rigurosos protocolos higiénico sanitarios y que abre una puerta a la normalidad en los eventos culturales. De nuevo se ha demostrado, según la opinión de las numerosas voces que lo han apoyado, que los cines y teatros son espacios seguros cuando se aplican las medidas adecuadas y que es posible -y más útil que nunca para el sector, el público y la ciudad- la celebración de eventos culturales en estos tiempos de pandemia.

Gracias de nuevo a una acertada combinación de lo presencial y lo virtual, el festival ha acercado al público y a la prensa a todos los equipos de las películas participantes en la Sección oficial. En el apartado de los homenajeados, hemos contado con nombres tan prestigiosos como los de Alejandro Amenábar, Premio Málaga – Diario Sur; Mariano Barroso, Premio Retrospectiva – Málaga Hoy; Oliver Laxe, Premio Málaga Talent – La Opinión de Málaga; Julia Juaniz, Premio Ricardo Franco-Academia de Cine; Petra Martínez, Biznaga Ciudad del Paraíso, y Javier Fesser, Biznaga de Honor.

Siguiendo el objetivo de ser reflejo del cine en español actual, la Sección Oficial ha reunido a nombres destacados de nuestro cine junto a nombres muy prometedores, que consolidan al certamen malagueño como descubridor de nuevos talentos. Este hecho se ha constatado un año más en el palmarés del Festival, en el que *El ventre del mar*, del veterano Agustí Villaronga, ha logrado seis biznagas, incluyendo mejor película española y director; mientras que en la nómina de nuevos talentos han destacado en el palmarés *Destello bravío*, de Ainhoa Rodríguez, que se ha alzado con el Premio especial del jurado y la Biznaga de plata a mejor montaje; *Ama*, de Júlia de Paz Solvas, que le ha dado a Tamara Casellas la Biznaga de plata Hotel AC Málaga Palacio a la mejor interpretación femenina; y *Chavalas*, de Carol Rodríguez Colás, Biznaga de plata Premio del público Flixolé. La Biznaga de oro a mejor película iberoamericana ha sido para *Karnawal*, de Juan Pablo Félix, película por la que Alfredo Castro ha recogido la Biznaga de plata a la mejor interpretación masculina de reparto.

El número de películas programadas en la 24 edición ha sido de 181 y el número de sesiones 209, en una edición centrada de nuevo en la exhibición y el hecho cinematográfico y en la que las actividades y eventos sociales han quedado eliminados con el objetivo de evitar las aglomeraciones de público. Ha sido el caso de la tradicional alfombra roja en el Teatro Cervantes, reconvertida por segundo año en un gran photocall para medios de comunicación en el Gran Hotel Miramar 5* GL, por el que han pasado los principales rostros y personalidades del cine y la cultura española.

ORGANIZAN



MálagaProcultura

CON EL APOYO DE



PATROCINADORES OFICIALES



FESTIVAL DE MÁLAGA

La 24 edición ha contado con casi 70.000 espectadores y participantes en sus distintas actividades, incluyendo las casi 23.000 entradas emitidas (un 40% más que en la 23 edición) así como los asistentes a aquellas otras actividades de acceso directo, con acreditación o invitación, y el público que ha visto las diferentes exposiciones al aire libre y en espacios cerrados. Hay que resaltar que todas las proyecciones y actividades han tenido una reducción de aforo máximo en torno al 50%, cumpliendo con la normativa sanitaria actual.

Las **personas acreditadas** en la 24 edición del Festival han sido 2.092, de las cuales 1.460 corresponden a invitados e industria; 43 a escuelas de cine y 589 a profesionales de prensa pertenecientes a un total de 222 medios, de los cuales cabe destacar los 10 medios extranjeros que han dado cobertura al Festival, procedentes de países como Francia, Italia, Reino Unido, Bélgica, México y Perú.

En cuanto a **MaF - Málaga de Festival**, antesala cultural del Festival que tuvo lugar del 13 de mayo al 3 de junio, convocó a más de 12.000 personas a lo largo de las 135 actividades en los 42 espacios colaboradores. MaF 2021 logró llenar casi todos los aforos normativos de las propuestas que conformaron su programación, cuyo objetivo es pensar la realidad al tiempo que se celebra la cultura con el cine como argumento, basado en un esquema pionero que pretende construir ciudad a través de un modelo basado en la participación y la colaboración. MaF 2021 trabajó estrechamente con el tejido profesional de la cultura para ofrecer actividades vinculadas a la distancia y a la sostenibilidad, horizontes de reflexión y trabajo de esta edición. La Fundación "la Caixa" es el colaborador principal de esta programación.

En lo que respecta a **MAFIZ (Málaga Festival Industry Zone)**, debido a las especiales dificultades en los viajes internacionales, el festival ha celebrado con gran acogida en formato online dos de los eventos del área de industria (MAFF y WIP) y traslada a otoño otros dos (Spanish Screenings – Málaga de Cine y Hack MAFIZ Málaga), en espera de que la situación de la pandemia permita que sean presenciales.

En cuanto a **MAFF Málaga Fund & Co-production Event**, un evento de formación y financiación para proyectos de ficción y no ficción de Iberoamérica, ha permitido crear un espacio donde destacados profesionales de la industria cinematográfica, latinoamericana y europea se encuentran para potenciar las redes de negocios y así desarrollar un banco de iniciativas que generen acuerdos de coproducción. Se ha realizado en tres fases: Learning & Training, del 3 al 14 de mayo; MAFF Tutorías, del 17 al 25 de mayo; y MAFF Networking, del 31 de mayo al 4 de junio, para finalizar con la entrega de premios en una gala virtual el 11 de junio.

En MAFF han participado 19 proyectos de 34 países, 20 de ellos de América Latina y el Caribe (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela) diez de Europa (Alemania, España, Francia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal y Suecia) y cuatro del resto del mundo (EEUU, Qatar, Singapur y Taiwan). Casi 700 usuarios han participado en más de 150 actividades, de formación, tutorías, reuniones grupales de intercambio y networking, etc.

Málaga Work in Progress ha incorporado este año proyectos españoles y portugueses además de latinoamericanos con el objetivo de sellar su compromiso con la diversidad de identidades y lenguas del ámbito iberoamericano y su industria audiovisual. Málaga WIP presentó, del 20 de mayo al 11 de junio, dos secciones: Málaga WIP España y Málaga WIP Iberoamérica, para las que se han recibido un total de

FESTIVAL DE MÁLAGA

135 postulaciones de proyectos provenientes de 15 países; 28 de España y 107 de Argentina, Bolivia, Brasil, México, República Dominicana, Ecuador, Colombia, Panamá, Perú, Venezuela, Uruguay, Paraguay, Chile y Portugal. De ellos, se ha seleccionado 12 proyectos, seis por cada sección. En total ha acogido más de 450 actividades entre presentaciones, asesorías, reuniones y screenings.

APUESTA POR LA SEGURIDAD DE TODOS

En el ámbito de la **seguridad**, el 24 Festival de Málaga también arroja algunas cifras interesantes para valorar el ingente esfuerzo de organización y económico realizado para preservar la salud de todos. Así, se han empleado 7.500 mascarillas quirúrgicas; 3.000 guantes de látex; 110 pegatinas de suelo para marcar distancias; 35 pegatinas con código QR para informar de las medidas anticovid; 43 termómetros digitales; 160 litros de gel hidroalcohólico y 35 hidroalcohólicos multiusos en aerosol; 28 nebulizadores para la limpieza de superficies y 120 litros de producto descontaminante para superficies; y 75 tensabarrier o pivotes para la gestión de colas, espacios, etc, entre otros elementos.

Y con ese objetivo de velar por la seguridad de los trabajadores, invitados, profesionales, colaboradores y público, el Festival de Málaga ha realizado en total **más de 1.500 test de antígenos** a los participantes en colaboración con el Programa 'Málaga segura' del Ayuntamiento, diseñado para reactivar la industria turística, el comercio y la cultura.

En el Hotel AC Málaga Palacio se ha instalado durante el festival un dispositivo para la realización obligatoria de test de antígenos a todos aquellos participantes que en razón de su actividad han precisado en algún momento prescindir del uso de mascarilla, así como a sus acompañantes. Un total de 900 personas han pasado por este set.

Asimismo, ha sido obligatoria la realización de test de antígenos a todos aquellos profesionales que en razón de su actividad han podido mantener contactos cercanos y repetidos con otros participantes y/o equipos, incluso manteniendo el uso de mascarilla. En esta categoría se han realizado casi 350 test, incluyendo a toda la organización del Festival y a las empresas que han prestado sus servicios.

Igualmente se ha recomendado la realización de test de antígenos a los acreditados de prensa y otros profesionales invitados, para lo que se han cursado más de 300 autorizaciones.

INTERNET Y REDES SOCIALES

En lo relativo a la presencia del Festival en internet, y según datos de Google Analytics, la página web del Festival (www.festivaldemalaga.com) ha tenido del 24 de mayo al 13 de junio (periodo previo y de celebración del Festival) 67.280 usuarios y 117.451 sesiones, con un total de 468.164 páginas vistas.

Un año más, se ha producido un significativo incremento de la presencia del Festival en redes sociales, registrando a fecha 14 de junio un total de 39.268 fans en Facebook, 1.008 más que en la pasada edición (38.260). Desde la presentación de contenidos (24 de mayo), el alcance total de la página de Facebook ha sido de casi 195.000 personas, con un total de 55.000 minutos reproducidos.

En cuanto a Twitter, el número total de seguidores ha aumentado hasta los 99.565 gracias a los 629 tuits lanzados desde @festivalmalaga en este periodo. El total de impresiones fue de 3,25 millones. Los vídeos

ORGANIZAN



Ayuntamiento de Málaga

MálagaProcultura

CON EL APOYO DE



PATROCINADORES OFICIALES



FESTIVAL DE MÁLAGA

en Twitter han tenido casi 330.000 visualizaciones, con cerca de 160.000 minutos visualizados. Con estas cifras, el Festival de Málaga continúa en primer lugar en seguidores de Twitter entre todos los festivales de cine que se celebran en España.

Instagram ha alcanzado 49.200 seguidores (tenía 43.000 al final de la pasada edición), gracias a las casi 240 imágenes publicadas y a los 1.500 stories lanzados durante el Festival, que han tenido en total más de 5,8 millones de impresiones.

En cuanto a la app oficial del Festival de Málaga, acumula 4.653 descargas (1.070 en iOS y 3.583 en Android).

GASTOS DIRECTOS DEL FESTIVAL EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

En su 24 edición, el Festival de Málaga ha realizado en la ciudad una importante inversión económica en sus distintos sectores productivos y de servicios. La contratación por parte del festival de empresas, profesionales y personal de Málaga se cifra en 640.000 euros, mientras que la contratación de servicios para la producción (módulos, audiovisuales, iluminación, sonido, etc.) se cifra en 780.000 euros. Los servicios hoteleros y de restauración se valoran en 270.000 euros, mientras que aquellos otros vinculados a la comunicación, soportes e imagen alcanzan los 165.000 euros.

Todo ello significa que la gestión presupuestaria desarrollada por el festival en este año 2021 ha supuesto un total de gastos directos en la ciudad de Málaga de 1.855.000 euros. Una gestión que recupera de modo casi íntegro para cada ciudadano los 3,5 euros anuales que supone el coste del Festival por malagueño/año.

En detalle, esta inversión ha supuesto la contratación de 164 empleos directos de personal eventual (relaciones públicas, personal de producción, contenidos, prensa, etc.), así como 23 colaboradores locales y la contratación de 160 empresas malagueñas en las distintas tareas logísticas y de producción para la realización de las actividades del festival.

Esta inversión supone un importante balón de oxígeno para distintos sectores económicos de Málaga, que de nuevo han valorado especialmente la celebración de esta edición en unos momentos muy difíciles, sobre todo en el sector hostelero.

25 EDICIÓN

Por último, el Festival ha fijado ya sus fechas para la celebración de su 25 edición, que tendrá lugar del 18 al 27 de marzo de 2022; mientras que MaF – Málaga de Festival tendrá lugar del 24 de febrero al 17 de marzo. De esta manera, el certamen regresa a sus fechas habituales con la previsión de que la situación sanitaria sea ya de normalidad. De nuevo serán 10 días dedicados al cine en español y en el que la organización espera regresar a su modelo habitual en una celebración de las bodas de plata que promete ser inolvidable.



MálagaProcultura

CON EL APOYO DE



PATROCINADORES OFICIALES

