

El Festival de Málaga se ratifica como punto de encuentro del cine en español con un crecimiento del 3,5% en su 29 edición

El certamen ha contado con casi 111.000 personas de público y participantes en sus proyecciones, actividades y exposiciones

17/03/2026.- El **29 Festival de Málaga**, celebrado del 6 al 15 de marzo, partía con un lema que al finalizar la edición se ha confirmado como una realidad: “La cultura es encuentro y Málaga, el mejor momento”. Así, el certamen ha finalizado con un nuevo aumento en sus cifras de espectadores y participantes, así como en su prestigio internacional, que se ha visto reflejado en una altísima participación de profesionales del sector de 61 países en su área de industria MAFIZ. Todo ello en una edición especialmente compleja en su apartado de viajes por las limitaciones en el transporte desde Madrid en tren, lo que ha solventado el festival con vuelos charter para el traslado de invitados en inauguración y clausura y transfers desde la estación de Antequera a Málaga, lo que ha supuesto un importante desembolso económico no previsto.

Todo ello ha sido posible gracias al apoyo de las instituciones y empresas que han participado en este 29 Festival de Málaga, organizado por el **Ayuntamiento de Málaga** y su **Área de Cultura y Patrimonio Histórico**, a través de **Málaga Procultura**, con el apoyo de la **Diputación de Málaga** y el **Ministerio de Cultura**, a través del **ICAA**; la colaboración de la **Junta de Andalucía**, a través de la **Consejería de Cultura y Deporte**; con la **Consejería de Turismo y Andalucía Exterior** y **Alimentos de España** como partners institucionales; con **Repsol** como partner multienergético; y con el patrocinio de **RTVE**, **Atresmedia**, **Fundación “la Caixa”**, **Fundación Unicaja**, **Cervezas Victoria**, **Make & Mark** y **Diario Sur**.

El número de **películas programadas** en la 29 edición ha sido de 263, a las que hay que sumar otras actividades como los dos pases del concierto de clausura de Luz Casal, la gran exposición fotográfica en la calle Larios a cargo de Amparo García, el espacio de La Villa del Mar en la playa de la Malagueta, encuentros, presentaciones, etc, además de las actividades celebradas en el Espacio Solidario, en el que han participado 42 asociaciones.

Así, en cuanto a **público**, el certamen ha contado con casi 111.000 espectadores y participantes en sus distintas actividades, incluyendo las 53.600 entradas emitidas así como los asistentes a aquellas otras actividades de acceso directo, con acreditación o invitación. Todo ello ha supuesto una recaudación cercana a los 360.000. Esto sitúa al festival en cifras superiores a las de la pasada edición con un **incremento de espectadores y participantes de casi el 3,5%**.

Las **personas acreditadas** en la 29 edición del Festival han sido 4.761, de las cuales 1.817 corresponden a invitados; 1.700 procedentes de 61 países a MAFIZ; 405 a escuelas de cine y 839 profesionales de prensa, entre los que destacan 25 medios internacionales.

Respecto a **MaF - Málaga de Festival**, programación expandida de Festival de Málaga, ha logrado reunir desde el 12 de febrero al 5 de marzo a 15.000 personas, en las 125 actividades que han conformado la edición, distribuidas en los 55 espacios colaboradores, en una edición en la que han participado más de 150 creadores. La **Fundación "la Caixa"** es el colaborador principal de este evento.

El festival de la industria

En **MAFIZ**, área de Industria del Festival de Málaga, se han acreditado 1.700 personas procedentes de 61 países. Entre los eventos que componen esta área, se encuentra **Spanish Screenings Content**, que cuenta con la colaboración del Ministerio de Cultura a través del ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales), ICEX España Exportación e Inversiones, la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública y el Festival de San Sebastián. En Spanish Screenings Content, se han presentado 159 películas, que han tenido casi 1.131 visionados.

Por su parte, **Málaga Short Corner** ha contado con numerosos profesionales, entre ellos representantes de prestigiosos festivales internacionales. En esta sección se inscribieron 485 trabajos, de los que se realizó una selección de 56 obras que componen una panorámica muy representativa de la actualidad, la calidad y la diversidad del cortometraje español. Entre las novedades destacó la creación del Premio Talento RTVE – Málaga Short Corner para proyectos de cortometraje.

En el marco de MAFIZ también ha tenido lugar **MAFF Málaga Fund & Co-production Event**, un evento de formación y financiación para proyectos de ficción y no ficción de Iberoamérica,

que este año ha alcanzado unas dimensiones que lo consolidan como evento imprescindible en el calendario de la industria a nivel internacional. 49 proyectos en desarrollo y delegaciones de empresas provenientes de seis territorios clave han desarrollado un completo programa de trabajo que ha incluido showcases empresariales, workshops sobre metodologías y tendencias innovadoras y una intensa agenda de más de 720 reuniones de networking entre representantes de 21 países. Dos de los proyectos participantes formaban parte del evento **MAFF Women Screen Industry**, organizado por el Festival de Málaga en colaboración con tres asociaciones de mujeres cineastas con el objetivo de avanzar hacia la equidad.

Dentro de Maff, **Warmi Lab**, la iniciativa del Festival de Málaga creada para reducir la brecha de formación en la industria audiovisual y empoderar a productoras mujeres de Latinoamérica y España, ha contado en esta edición con 12 proyectos participantes, procedentes de diversas regiones como Brasil, Colombia, Costa Rica, Panamá, México, Perú y España.

En **Málaga Work in Progress** se presentaron 15 películas en fase de postproducción. A los cinco títulos de Málaga WIP España, se han sumado los 10 iberoamericanos procedentes de siete países (tres de ellos presentados por Panamá como país invitado de honor en Latinamerican Focus). Destaca aquí la colaboración con Abycine Lanza, dentro del proyecto conjunto 'El Impulso'.

Panamá ha sido el país de honor y protagonista de **Latin American Focus 2026**, que ha contado con 42 asistentes que han demostrado el gran talento audiovisual de ese país.

Por otro lado, el Festival de Málaga, en su estrategia de posicionarse como semillero de talento, ha reunido a 21 jóvenes cineastas españoles e iberoamericanos en el programa de formación y networking **Campus Málaga Talent** y a 20 creadores de contenidos digitales en **Hack MAFIZ Málaga**. Estos últimos, seleccionados entre 14.000 candidatos, presentaron en Málaga el último reto creativo que el Festival de Málaga les propuso, además de tener la posibilidad de participar en charlas, formaciones y tutorías con expertos de las principales plataformas, empresas y agencias internacionales del sector.

La **Village del Industry Club** ha acogido 50 stands entre institutos de cine de los principales países iberoamericanos (16 países representados), comunidades autónomas de España (12), agentes de ventas, film commissions e instituciones, que completan así la participación de los profesionales del sector que ha reunido MAFIZ.

Entre las novedades de este año, además de los showcases empresariales y workshops de las delegaciones de seis territorios clave que han formado parte del Maff, destaca **Andalucía International Audiovisual Networking**, una iniciativa creada para impulsar la internacionalización del ecosistema audiovisual andaluz. El programa ha reunido a 30 empresas andaluzas y 20 decision makers internacionales, procedentes de algunos de los principales mercados audiovisuales del mundo. A lo largo de estos días se han celebrado 167 reuniones one-to-one, generando oportunidades de desarrollo, financiación y coproducción internacional. **Andalucía International Audiovisual Networking está cofinanciado por el Programa Feder Andalucía 2021-2027 y la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior.**

También ha tenido lugar el nuevo evento **Trends**, un nuevo programa profesional dentro de MAFIZ cuyo objetivo es explorar las tendencias del sector audiovisual, conectando cultura, tecnología e innovación, impulsando la internacionalización y el networking entre profesionales del audiovisual. Se ha organizado en tres áreas principales: series, animación y música vinculada al audiovisual.

Otro programa novedoso en la presente edición han sido las **Golden Talks**, un ciclo de conversaciones y clases magistrales con grandes figuras del audiovisual dentro de MAFIZ, que ha reunido a productores, directores, guionistas y ejecutivos internacionales para compartir su experiencia. Las sesiones han abordado procesos creativos, producción y tendencias de la industria.

Este año, se ha celebrado la segunda edición de **La Villa del Mar**, en la playa de La Malagueta, creado por el Festival de Málaga en colaboración con el Polo Digital para mostrar las sinergias entre la industria audiovisual y cultural y las nuevas tecnologías y explorar las posibilidades que éstas ofrecen. Se ha convertido de nuevo en un punto de encuentro del certamen donde el entretenimiento, la tecnología, la creatividad y la sostenibilidad se fusionan con el mundo audiovisual. Por él han pasado 10.500 personas en el centenar de actividades organizadas con el patrocinio de Google y Olin.

Difusión en 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 11 de febrero al 15 de marzo casi 72.000 usuarios y 143.000 sesiones, con casi 630.000 páginas vistas.

El 29 Festival de Málaga ha cerrado su edición con unos resultados muy positivos en redes sociales, alcanzando una comunidad total de 269.305 seguidores entre Instagram, Facebook, X, TikTok y YouTube. Durante el periodo analizado, las cuentas del Festival sumaron 12.126 nuevos seguidores y registraron 16,65 millones de impresiones y 387,14K interacciones, confirmando el crecimiento de su ecosistema digital.

Gastos directos del festival en la ciudad de Málaga

En su 29 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 740.000 euros, mientras que la contratación de servicios para la producción (audiovisuales, iluminación, sonido, etc.) se cifra en 400.000 euros. Los servicios hoteleros y de restauración se valoran en 965.000 euros, mientras que aquellos otros vinculados a la comunicación, soportes e imagen alcanzan los 270.000 euros.

Todo ello significa que la gestión presupuestaria desarrollada por el festival en este año 2026 ha supuesto **un total de gastos directos en la ciudad de Málaga de 2.375.000 euros.**

En detalle, esta inversión ha supuesto la contratación de 240 empleos de personal eventual (relaciones públicas, personal de producción, contenidos, prensa, etc.), así como 33 colaboradores locales y la contratación de más de 150 empresas malagueñas en las distintas tareas logísticas y de producción para la realización de las actividades del festival.

Las fechas de la 30 edición

Por último, el Festival ha fijado ya sus fechas para la celebración de su 30ª edición, que tendrá lugar del 26 de febrero al 7 de marzo de 2027.