



COMUNICADO

Cultura y Patrimonio Histórico

La categoría 'Música y Danza' ha sido la más visitada en esa edición de La Noche en Blanco

- El número total de visitas a las actividades programadas asciende a 214.428, según estiman los organizadores

Málaga, 20 de mayo de 2026.- En la décimo séptima edición de La Noche en Blanco la categoría de 'Música y Danza' ha sido la preferida del público, posicionándose en primer lugar en número de visitas, habiéndose contabilizado 89.901 visitas, del total estimado de 214.428 visitas en toda la programación. El Ayuntamiento de Málaga organiza y coordina, a través del Área de Cultura y Patrimonio Histórico, esta propuesta y ha dado a conocer estas cifras, según los datos aportados por las fichas de estadísticas recogidas en cada una de las entidades participantes.

Cabe recordar que La Noche en Blanco 2026, tuvo lugar el sábado 16 de mayo, entre las 20.00 y la 01.00 horas, y esta edición ha tenido el patrocinio de Fundación Unicaja y Cervezas Victoria quienes, a su vez, han presentado sus actividades propias. Como viene siendo habitual, han participado y se han implicado instituciones públicas y privadas, asociaciones, colectivos y establecimientos comerciales.

En esta décimo séptima edición se ha hecho un homenaje a la Música en sus diferentes estilos. Algunas de las propuestas más destacadas han sido *Balcones en Canto*, la actuación de la Orquesta Filarmónica de Málaga, así como la de la agrupación de viento y percusión del Conservatorio Superior de Música y la Muestra de Danza, de manos de alumnado del Conservatorio Superior de Danza. También el Punto de Información ha tenido una actividad propia, convirtiéndose en un estudio de grabación.

Categorías más visitadas

Las propuestas ofrecidas en La Noche en Blanco han vuelto a dividirse como en ediciones anteriores en categorías. Hay que destacar que la categoría con más visitas y con mayor número de actividades (un total de 62), ha sido la de 'Música y Danza', que ha contabilizado un total de 89.901. Lo que demuestra que estas acciones programadas específicamente para La Noche en Blanco resultan especialmente atractivas para la ciudadanía.

La siguiente categoría con más visitas y la que ha contado con 13 propuestas en total,



ha sido 'Visitas y actividades extraordinarias', que ha recibido 51.214 visitas; en tercer lugar 'Arte, Museos y exposiciones', con 40 actividades ofertadas, que han recibido 43.023 visitas: por su parte, 'Arte en la calle' ha representado 14.133 visitas, con 3 actividades; 'Artes audiovisuales' con 12 actividades y 8.389 visitas; 'Nohecita en Blanco' con 4.761 visitas y 11 actividades; 'Y también puedes ver', ha recibido 1.600 visitas en sus 2 propuestas; y, por último, en la categoría 'Artes escénicas' se han registrado 1.407 visitas repartidas en 7 actividades.

No obstante, cabe resaltar que el Punto de información, que se ha convertido en un set de grabación, por el que han pasado alrededor de 41.000 personas. El Ayuntamiento ha contado para el desarrollo de las actividades diseñadas específicamente para La Noche en Blanco con artistas, creativos y empresas de producción de las que un elevado porcentaje son de Málaga.

Impacto en redes sociales

En lo que a Instagram se refiere (@nocheenblancoMLG), las visualizaciones se sitúan en 530.000, 5 veces más respecto al año pasado. El número de seguidores ha pasado de 6.667 a 7.793, lo que supone una ganancia de 1.126 followers.

El impacto de la cuenta se traduce en un alcance medio diario de 1.202 cuentas, siendo el alcance medio por publicación de 1.490. Las interacciones totales generadas sobre las publicaciones de Instagram ascienden a 3.961, con una distribución de 2.677 me gusta, 787 comentarios, 307 guardados y 190 compartidos. Además, se llevó a cabo un sorteo de merchandising que registró 740 participaciones únicas en comentarios en un solo post, duplicando con creces las cifras del año anterior.

2/3

El perfil de Facebook de La Noche en Blanco (@nocheenblancoMLG) ha alcanzado los 20.160 seguidores, con un incremento de 450 con respecto al año anterior. Se han alcanzado un total de 207.910 visualizaciones, con una interacción total de 7.663, desglosada en 1.184 reacciones, 44 comentarios, 262 compartidos y 6.173 clics en publicaciones.

En cuanto a X (@NochenblancoMLG), el número total de seguidores se ha situado en 5.503. El engagement se ha situado en 2,36, y las interacciones totales alcanzan las 100, entre menciones, respuestas, retweets, me gusta, clics en el enlace y visitas al perfil de La Noche en Blanco. Las impresiones totales para esta edición han sido de 10.120.

Spbre TikTok (@nocheenblancomlg), la cuenta alcanzó los 386 seguidores, con una ganancia de 74 nuevos. Se publicaron 59 post que sumaron 25.740 visualizaciones y generaron 137 interacciones, repartidas en 130 me gusta y 7 compartidos. Destaca el vídeo *Málaga, ¿puedes sentir ya la música?*, que obtuvo el mayor rendimiento, con un engagement de 6,48%.

La campaña digital de La Noche en Blanco Málaga 2026 ha cerrado con un balance



positivo en todas sus redes sociales. En conjunto, se superaron las 320.000 impresiones, destacando especialmente Instagram, que registró un crecimiento de 1.431 seguidores y generó 3.300 interacciones en sus publicaciones. Facebook fue la plataforma con mayor alcance, con 149.640 impresiones y 8.429 interacciones, reafirmando su papel como canal principal de información. Twitter, alcanzó 18.200 impresiones y mantuvo una actividad constante con 430 interacciones. Por su parte, TikTok, incorporado por primera vez, acumuló 15.630 visualizaciones y 174 interacciones, demostrando un buen nivel de *engagement* y apertura a nuevos públicos.

La estrategia en redes sociales ha alcanzado los objetivos propuestos, que se resumen en amplificar el impacto del evento, aumentar la comunidad digital y consolidar una presencia sólida y transversal en todos los canales.