



Área de Cultura

LA XI NOCHE EN BLANCO HA PUESTO EL ACENTO EN EL ROL DE LA MUJER EN LA CULTURA Y AFRONTA EL FUTURO APOSTANDO POR ACCIONES PROGRAMADAS PARA ESA NOCHE

Esta edición ha superado las 230.000 visitas una cifra que se acerca a la de la pasada edición que contó con una hora más

Las categorías denominadas *Arte, Museos y Exposiciones* con 81.853 visitas y *Acciones Artísticas en la Calle* con 69.886, las que más público han congregado

14/05/2018.- “Esta edición de La Noche en Blanco ha marcado un hito. Ha resaltado el papel de la mujer en el mundo de la cultura. El tema elegido, Musas y Creadoras ha servido para iniciar un camino de cara a próximas ediciones en los que este rol femenino se tendrá especialmente presente”. Así lo ha señalado la concejala de Cultura, Gemma del Corral, tras la puesta en común con el equipo organizador de La Noche en Blanco del Área de Cultura. Una edición en la que se han superado las 230.000 visitas. Una cifra ligeramente inferior a la de la pasada edición que contó con una hora más de lo habitual por celebrarse el décimo aniversario.

La Noche en Blanco 2018, celebrada el sábado 12 de mayo de 20.00 a 02.00 horas, ha tenido el patrocinio de la Fundación Bancaria Unicaja e Ingenia y en ella han participado y se han implicado instituciones públicas y privadas, asociaciones, colectivos y establecimientos comerciales. Todo ello ha sido definitivo para el éxito de esta undécima edición.

En el análisis realizado por la concejala se sostiene que “triumfan las propuestas culturales de calidad tanto en la calle como en interiores programadas específicamente para este acontecimiento cultural ya tan consolidado en nuestra ciudad. Es el caso de la puesta en escena del espectáculo *Mulier* en la plaza de La Marina de la compañía valenciana *Maduixa* que causó asombro por la dificultad de la interpretación sobre zancos. Un símbolo de las dificultades que la mujer afronta cada día”. Del Corral también ha señalado el impacto que en el público causó otra de las propuestas: “La mujer que llevo fuera”. Los trajes creados por Ernesto Artillo eran portados por figuras humanas que, desde un pedestal, observaban al visitante. “Éstos son solo algunos de los ejemplos que en esta undécima edición han conseguido conmover al público y esa es en la línea en la que debemos trabajar tanto instituciones públicas como privadas. Para ello es necesario que nos esforcemos en conseguir más patrocinios. En este punto quiero agradecer la apuesta de este año de Fundación Unicaja que ha doblado su presupuesto y no me quiero olvidar de Ingenia que por segundo año ha colaborado con la aplicación *Noctiluca*”.



ARTE, MUSEOS Y EXPOSICIONES Y ACCIONES ARTÍSTICAS EN LA CALLE, LAS MÁS VISITADAS

Las propuestas ofrecidas en La Noche en Blanco han vuelto a dividirse un año más en categorías. Así ha habido 71 propuestas denominadas Arte, Museos y Exposiciones que han recibido 81.853 visitas. La siguiente categoría con más visitas, aunque no más actividades (12), ha sido la de Acciones Artísticas en la Calle que ha contabilizado un total de 69.886. Lo que demuestra que estas acciones programadas específicamente para La Noche en Blanco resultan especialmente atractivas para la ciudadanía.

Las propuestas de Música y Danza han sido 46 y han sido seguidas por 46.027 programadas con la denominación “Y también puedes ver” han registrado una cifra de 4.721. Por su parte, La Nochecita en Blanco, destinada a los más pequeños, ha recibido 4.072 visitas en sus 17 propuestas. Las 11 actividades dedicadas a las artes escénicas recibieron 3.682.

RESUMEN REDES SOCIALES Y APLICACIÓN

La aplicación de la Noche en Blanco “Noctiluca”, que este año ha funcionado por segunda vez, gracias a Ingenia, ha contado con 1.375 descargas en los dispositivos móviles. Al mismo tiempo, las redes sociales han jugado también un papel fundamental en la difusión de cada una de las propuestas, de tal manera que el hashtag #NocheenBlancoMLG fue “trending topic” durante varias horas, llegando a alcanzar la segunda posición en la clasificación nacional durante el evento.

En la página de **Facebook** (@lanocheenblancomalaga) se han rebasado los 17.800 seguidores (actualmente 17.839). Exactamente se han unido 631 personas en total en esta edición. Incremento notable de personas alcanzadas, reacciones, comentarios y veces que se compartieron las publicaciones. Se han realizado un total de 4 sorteos con alta participación: entradas visita nocturna a la Alcazaba, encuentro con Ernesto Artillo, máster class sobre musas del flamenco con Victoria Artillo y camiseta y bolsa.

La acción de "Dar luz a las miradas de mujer que no vieron la luz" de canal de YouTube fue difundida en Facebook con un total de **2.780** personas alcanzadas, **1.057** reproducciones de video y **96** reacciones, comentarios y veces que se compartió. El **vídeo promocional** “yo voy a La Noche en Blanco” en el que intervienen personas de Málaga de distintas edades alcanzó un total de 284 reproducciones de video. Este año se ha hecho **convocatoria en redes sociales para la intervención urbana de calle Larios** donde invitaba a las mujeres malagueñas a formar parte de ella: 3.642 personas alcanzadas y 91 reacciones, comentarios y veces que se compartió.

En **Instagram** (nochenblancomlg), se han superado los 1.600 seguidores (actualmente 1.624). Exactamente se han unido 583 personas en total en esta edición. Durante la Noche En Blanco se retransmitió en directo y a través de publicaciones en *stories* lo que estaba sucediendo en esa noche mágica llegando a más de 350 visualizaciones.



Se ha producido un incremento notable de personas alcanzadas, reacciones, comentarios y veces que se compartieron las publicaciones. También se han realizado los mismos 4 sorteos que en Facebook. Este año se ha hecho convocatoria en redes sociales para la intervención urbana de calle Larios donde invitaba a las mujeres malagueñas a formar parte de ella con un total de 350 personas alcanzadas en *stories* de esta red social.

En **Twitter** (@NochenblancoMLG) se han superado los 5.200 seguidores (actualmente 5.290). Exactamente se han unido 231 personas en total en esta edición. El Tweet que mayor impresiones tuvo fue el de convocatoria de miradas femeninas para la acción de calle Larios con un total de 8.093 impresiones, 251 interacciones totales, 86 interacciones con el contenido multimedia, 54 likes y 37 retweets.

Por lo que se refiere a las redes del Área de Cultura, durante el día 12 en el que se celebró la XI edición de La Noche en Blanco 2018 se generaron en las redes del Área de Cultura del Ayuntamiento de Málaga las siguientes acciones:

En Facebook: 4 publicaciones, con más de 26 imágenes donde se mostraron las principales actividades realizadas. En líneas generales, la interacción se ha incrementado en más del 900%, con un alcance superior a 30.900 usuarios. Los fans de la página han incrementado en 61 “me gusta”. El *engagement* obtenido con estas publicaciones ha sido de 4.67%. El día posterior al evento se compartió un album de imágenes, resumen de una amplia representación de las actividades realizadas en el centro de nuestra ciudad. Se subieron 40 fotografías, que han sido compartidas 5 veces con un alcance de 1.253 personas.

En Twitter: Durante el fin de semana de LNEB2018 se han generado 41 tuits, con un alcance 32.290 impresiones. Se subieron 2 videos que obtuvieron entre ambos más de 1.500 reproducciones de manera orgánica. La tasa de *engagement* de los 41 tuits generados ha sido de 1.51%. Con 76 retuits, 1 respuesta y 136 me gustas.

En Instagram, Durante el fin de semana de LNEB2018 se han publicado 7 posts, dos con videos y 5 con imágenes tres de los cuales eran ámbumes. Además, se generaron historias de 24 horas de duración con 3 videos en directo y más de 15 imágenes de los diferentes eventos. Las impresiones en esta red social en su estado clásico, han sido superior a 3.500 visualizaciones únicas. Los videos se han reproducido casi 1.900 veces; y se han obtenido 338 me gustas. El *engagement* obtenido en el modo clásico ha sido del 17.04%.

Por su parte, las redes del Ayuntamiento de Málaga hicieron también una retransmisión de este acontecimiento anual de la cultura.