

Madrid, 14 de mayo de 20163

DIVINITY ESTRENA “¿QUIÉN DICE QUE EL ROSA ES UN COLOR DE CHICAS?”, UNA CAMPAÑA DE IMAGEN PROTAGONIZADA POR ACTORES VINCULADOS A MEDIASET ESPAÑA

- **Martiño Rivas será el primero de los “rostros” visibles en las nuevas cortinillas de continuidad del canal, que posteriormente contarán con Santi Millán, Jose Coronado y Ricardo Darín, entre otros intérpretes**
- **Todas las fotografías de la campaña estarán disponibles en Divinity.es en alta calidad junto a los vídeos y piezas exclusivas de *making of***
- **Las fotos, obra del artista Alfredo Tobía, están realizadas en blanco y negro con el color “rosa Divinity” destacado en diversos elementos**



Divinity presenta “¿Quién dice que el rosa es un color de chicas?”, una nueva campaña de cortinillas y autopromociones que hoy estrena el canal de Mediaset España y que, por primera vez en su historia, pone el punto de mira en el género masculino como elemento de promoción y transmisión de los valores de su marca.

Porque aunque Divinity está ideado y crece día a día para satisfacer la demanda del público femenino, cada vez son más los espectadores que, independientemente de su género, sintonizan este canal en busca de los últimos estrenos de series internacionales, *factuals* y *realities* temáticos que triunfan en todo el mundo, así como títulos de cine e información relativa a las últimas tendencias en el panorama musical.

“¿Quién dice que el rosa es un color de chicas?” nace como un guiño a los espectadores... y como un “regalo” para las espectadoras (y espectadores), a los que los “Hombres Divinity” no pasarán inadvertidos.

Divinity ha cerrado el mes de abril con un **1,7% de share** y con un **nuevo récord histórico** al registrar un **3,7% de cuota de pantalla en mujeres 16-44 años**, 0,5 puntos más que Nova, su competidor inmediato (3,2%).

Martiño Rivas, primero de los “hombres Divinity”

El protagonista de “El don de Alba” será el primero de los “Hombres Divinity” y en sucesivas cortinillas que se estrenarán en los próximos meses seguirán, entre

otros, **Santi Millán**, protagonista de la serie “Frágiles”; **Jose Coronado**, actor principal de la serie “El Príncipe” y **Ricardo Darín**, primer intérprete de “Séptimo”, la nueva película de Telecinco Cinema dirigida por Patxi Amezcua y coprotagonizada por Belén Rueda.



Los vídeos de autopromoción y las cortinillas de “¿Quién dice que el rosa es un color de chicas?”, las fotogalerías en alta calidad de los “Hombres Divinity” y *making of exclusivos* de las sesiones fotográficas realizadas para la campaña estarán disponibles para los internautas en www.divinity.es.

Con una media superior a **1,1 millones de usuarios mensuales**, la *web* de Divinity avanza en el entorno *on-line* con una oferta complementaria a los contenidos que ofrece el canal de televisión. Con **61.000 seguidores en Facebook** y más de **110.000 seguidores en Twitter**, Divinity afianza su compromiso con el concepto multiplataforma y se posiciona como el **segundo canal de nueva generación con mayor seguimiento en redes sociales**.

El blanco y negro y el rosa, principales elementos de la propuesta estética

Ideada y dirigida por el departamento de Imagen Corporativa de la División de Comunicación y RR.EE. de Mediaset España, “¿Quién dice que el rosa es un color de chicas?” se basa en la **fotografía en blanco y negro**, con un planteamiento escenográfico de máxima desnudez en el que **el retratado es el absoluto protagonista** y en el que **el color “rosa Divinity”** destaca a través de un único elemento poderoso para la imagen. Para plasmar esta idea, la campaña ha contado con la colaboración del fotógrafo **Alfredo Tobía**.

Alfredo Tobía es un fotógrafo y creativo que ha explorado universos artísticos tan dispares como teatro, circo, cine, publicidad, documentales, transformaciones urbanas, retratos y exposiciones fotográficas. Sus retratos se han publicado en los más importantes diarios y revistas nacionales.

Las piezas de continuidad de la campaña **están realizadas con Cinemagraph**, una sutil técnica de animación ideada por los fotógrafos americanos Kevin Burg y Jamie Beck. Ellos fueron los primeros en utilizarla para dar vida a sus fotografías de moda en el entorno *web*, pero hasta ahora no se había puesto en práctica en el entorno televisivo.

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

