

## DANI MARTÍN, NUEVO ABANDERADO DE LA CAMPAÑA DE IMAGEN DE DIVINITY “¿QUIÉN DICE QUE EL ROSA ES UN COLOR DE CHICAS?”

- “Qué bonita la vida”, canción perteneciente al nuevo disco del artista madrileño que lleva su propio nombre, ambienta la nueva campaña de imagen del canal femenino que arrancará mañana martes
- El compositor, autor y vocalista, considerado como uno de los artistas más relevantes de los últimos 15 años en España, aparecerá en dos piezas *on air*, un gif animado y un *making of* exclusivo
- En las cortinillas, que estarán en antena hasta principios del próximo mes de enero, Martín juega con las letras que componen la palabra vida y pintará un mural con el “rosa Divinity”
- Desde el debut de su *single* “Cero” a principios de verano, Dani Martín, uno de los grandes artistas del año de “Divinity Jukebox”, ha puesto voz a diversas autopromociones de la cadena



Para poner música a las nuevas autopromociones y realzar los valores del canal como innovación, originalidad y calidad llegará mañana martes **Dani Martín** como nuevo “rostro” de “¿Quién dice que el rosa es un color de chicas?”, la campaña de imagen de Divinity, participada hasta ahora por actores y presentadores como Ricardo Darín, Martiño Rivas y Santi Millán. Las nuevas piezas *on air* de esta acción especial tendrán como ambientación musical “Qué bonita la vida”, tema perteneciente al exitoso segundo álbum en solitario del cantante madrileño.

Eventos de programación muy pegados a la actualidad, esperados estrenos de ficción extranjera, *factuals* y *docu-realities* temáticos, una amplia cartelera cinematográfica y la apuesta por la producción propia y las últimas tendencias musicales conforman el eje de la programación del canal femenino, una oferta en continua renovación que seduce tanto al público femenino como a nuevos grupos de espectadores.

En el presente año **Divinity**, que promedia un **1,7% de share**, se alza como el **canal femenino líder entre las mujeres jóvenes** (16-44 años) con un registro del **3,6% de cuota de pantalla**, superando a Nova (3,5%). Además, se impone a su inmediato competidor en el **target comercial** (**2,4% vs. 2,1%**). **En redes sociales**, el canal femenino creció un **54%** respecto al pasado septiembre y acumuló en octubre un

total de **63.635 comentarios**, triplicando a Nova (16.461) y situándose como **uno de los temáticos con mayor impacto social**.

### **Dani Martín debuta como “hombre Divinity”**

Sus canciones marcaron a toda una generación en la primera década del 2.000 al frente de El Canto del Loco. Ahora, **“Qué bonita la vida”**, uno de los sencillos del nuevo álbum en solitario (4 semanas nº1 y disco de platino) que lleva su nombre, pondrá música a las **nuevas autopromociones de “¿Quién dice que el rosa es un color de chicas?”**. Considerado como uno de los artistas más importantes de los últimos 15 años del panorama nacional, **Dani Martín** tomará el relevo a Ricardo Darín como **protagonista de la nueva campaña de imagen del canal**, que estará *on air* desde finales de noviembre hasta principios de enero. Además, desde el estreno del *single* “Cero” a principios de verano, el vocalista madrileño ha ambientado diversas promos del canal convirtiéndose en **uno de los grandes artistas del año de Divinity Jukebox**, microespacio de producción propia que recoge las noticias de la música más *cool*, los artistas más punteros y las últimas tendencias. Dani Martín se encuentra de gira por España presentando su nuevo disco, consulta sus fechas de gira en [www.danimartin.com.es](http://www.danimartin.com.es)

Los distintos elementos de esta acción especial de Divinity -**las fotogalerías realizadas por el fotógrafo Alfredo Tobía, las cortinillas, el gif animado para Internet y el making of exclusivo**- estarán disponibles en [www.divinity.es](http://www.divinity.es).



Dos cortinillas distintas conforman el eje principal de esta campaña, creada por la Subdirección de Imagen Corporativa (División de Comunicación y RR.EE.) de Mediaset España, en la que Martín demuestra ser un artista polifacético capaz de compaginar su exitosa carrera musical con otras facetas. En una de ellas, el vocalista madrileño juega en distintos *actings* creativos con las letras que forman la palabra “vida”, mientras que en la otra debuta como creador pictórico dibujando en solitario un mural de gran tamaño con el rosa Divinity en el que refleja su visión personal de la vida.

Las sorprendentes imágenes de Tobía junto a la utilización de las técnicas gráficas del *stop-motion*, que busca aparentar movimiento en elementos estáticos, y el *cinemagraph*, un sistema que busca dar vida a imágenes estáticas incorporando un elemento en movimiento, dotan de gran fuerza visual a las nuevas cortinillas y al *gif* animado de la nueva campaña de Divinity.

GABINETE DE PRENSA  
**MEDIASET**españa.



@mediasetcom