

GRITA MI NOMBRE, un genuino *roadtrip* por la Costa del Sol que respira vitalidad: así es la nueva campaña turística de la provincia de Málaga

Creada por la agencia de comunicación NARITA y la agencia de artistas DISPAR, la campaña pretende reposicionar la marca Costa del Sol.

Málaga, 17 de enero de 2024. *“Grita mi nombre, no quiero ser aquello que escondes.”* De este verso de [“Queriendo Flojito”](#), una canción del cantante malagueño **Desmelenao**, nace la campaña más fresca y auténtica de promoción turística de Costa del Sol hasta la fecha. **Una declaración de amor cautivadora e intensa, no ya a un destino, sino a una forma de sentir.**

La **Diputación Provincial de Málaga** pretende dar así un giro al posicionamiento de la Costa del Sol y reafirmar su liderazgo tanto en España como en el extranjero: *“Con el panorama de pesimismo actual, no solo en nuestro país, sino en todo el mundo, las personas necesitan más que nunca una campaña fresca que les transmita optimismo y vitalidad. La Costa del Sol es un lugar que invita a vivir experiencias auténticas, el destino perfecto para disfrutar de planes de ocio, gastronomía, arte y cultura en un clima envidiable,”* **comenta su presidente Francisco Salado, que añade:** *“Queremos llegar a nuevas audiencias de una forma fresca y diferente, la más atrevida hasta la fecha”.*

En este sentido, las agencias malagueñas [NARITA](#) y [DISPAR](#) han dirigido de forma conjunta una campaña que responde a esta necesidad de hacer algo genuino e inspirador, que llegue a los más jóvenes y contagie de entusiasmo a la audiencia más madura.

Mateo García, fundador y CEO de NARITA, afirma: *“GRITA MI NOMBRE es un roadtrip por la Costa del Sol que nos muestra la vitalidad de un destino donde todo está a nuestro alcance, viviendo una eterna juventud, en unos parajes extraordinarios a los que quisiéramos volver una y otra vez.”* **Y añade:** *“La campaña está construida desde la honestidad, la autoestima y la conexión con las raíces que solo puede ofrecer un destino consagrado como es la provincia de Málaga.”*

Con una **imagen visual cinematográfica y en código de 2024**, la campaña revive la mágica esencia que convirtió a la Costa del Sol en un icono del turismo, incluyendo guiños a la

fotografía icónica de Martin Parr, el cine de Almodóvar o la cartelería de promoción turística de los años 70. De esta manera, GRITA MI NOMBRE ofrece un componente nostálgico que invita a mirar con nuevos ojos los espacios cotidianos, un manifiesto a redescubrir lugares y experiencias, recordándonos que **la juventud es un estado de ánimo**.

“El concepto creativo surge de la canción de Desmelenao, reinterpretada como un canto de amor de la tierra al visitante. En todo momento buscábamos transmitir el resultado de una experiencia auténtica. Gente de verdad haciendo turismo de verdad con una banda sonora de verdad.” explica **Alejandro Lévar**, responsable de DISPAR, quien además de co-dirigir la campaña es el productor musical de Desmelenao.

Un *roadtrip* que pone en valor el talento que hay en la Costa del Sol.

Detrás de Desmelenao se encuentra **Samuel Sarrión (Málaga, 2002)** quien, a pesar de su juventud, **acaba de publicar su segundo disco**, “El niño ciego y alado”, **una revisión personal del mito de Don Juan** traído al sentir del siglo XXI. En un conjunto de 14 temas elaborados magistralmente, el joven compositor ofrece su visión sobre la masculinidad y el amor desde la actualidad más rabiosa y que hará las delicias de los seguidores de Omar Montes, Judeline o C. Tangana.

La campaña incluye la presencia de otros artistas malagueños, como la **cantaora flamenca Rocío López “Boterita”**, natural de Almogía, así como **José Manuel Benítez**, que ostenta en la actualidad el puesto de **primer bailarín del Ballet Nacional de España**. Estos recorren con su arte lugares emblemáticos de la provincia de Málaga, junto con un sinfín de figurantes que muestran que **la Costa del Sol es mucho más que un lugar geográfico** o un catálogo de “cosas que hacer”.

GRITA MI NOMBRE nos recuerda que **la Costa del Sol es una manera de sentir**. Una tierra impregnada de talento, energía y juventud. Un destino que no solo tiene un pasado fascinante, con un patrimonio y cultura desbordantes, sino también un presente vibrante, consciente de su papel relevante en este primer tercio del siglo XXI y, a la vista está, un futuro inspirador.

Con este reposicionamiento, la marca Costa del Sol se reafirma como destino consagrado, **líder en el sector turístico, empresarial y cultural**, tanto a nivel nacional como internacional. El plan de difusión incluye un spot en versión larga (90”) y versión corta (20”), así como desarrollo de gráfica, cartelería y una página web, que se aplicarán tanto a medios de exterior y tradicionales, como a medios digitales, además de su presentación en ferias y eventos.

En definitiva, GRITA MI NOMBRE es un **emocionante roadtrip lleno de vitalidad, alegría y talento** que retrata la identidad genuina de los entornos y experiencias que cualquiera puede encontrar en la Costa del Sol. Una campaña pensada para llegar a una generación hiper-

conectada que valora la autenticidad de la cultura y busca experiencias verdaderas.

[PINCHA AQUÍ](#) para acceder a la página web de la campaña.

CRÉDITOS

Anunciante: Diputación de Málaga / Turismo y Planificación Costa del Sol

Agencias: NARITA / DISPAR

Directores creativos: Alejandro Lévar, Mateo García

Director de arte: Raúl Gómez

Realizador: Pablo Pecino

Director de producción: Arturo Fuentes

Operadores de cámara: Pablo Pecino, Jorge Mayorga

Fotografía fija: Jose Manuel Pola, Manuel Rosaleny, Arturo Fuentes

Retoque fotografía fija: Jorge Merterán

Operador de Drone: Pablo Aguilar

Auxiliar de producción: Carlos Gutiérrez

Casting: Paula Orejuela

Vestuario: Maravilla Muñoz

Edición y post-producción de vídeo: Pablo Pecino

Música: “Queriendo Flojito”, de Desmelenao

Producción musical: Samuel Sarrión, Alejandro Lévar

Diseño: Narita

Tipografía: David López

Programación web: Mowomo

Consultora de medios: Indie

Artistas participantes: José Manuel Benítez, Rocío López “Boterita”, Samuel Sarrión “Desmelenao”

Figurantes: Juan Esteban Aravat, Sarah Benavente, Celia Carrillo, Olga Marina Concepción, Juan Francisco Contreras, Inmaculada Delgado, Carmen Díaz, Daniel Fernández, Víctor Gallardo, Pedro González, Marta Hernandez, Acisclo Jiménez “Ciclón”, Rafa Jiménez, Pablo Lavado, Francesco Milia, Emilio Morales, Andrés Ortiz, Violeta Rabasco, Laura Recio, Rafa Serrano, Andrea Soler, Rocio Tirado, Carlota Thomsen, Cristina Ying Ying

[PINCHA AQUÍ](#) para ver el spot

[PINCHA AQUÍ](#) para descargar material gráfico y audiovisual

Acerca de NARITA

Fundada en 1998, Narita es una consultora estratégica especializada en diseño y branding. Con sede en Málaga, cuenta con un equipo multidisciplinar con una amplia experiencia en la conceptualización, diseño e implantación de proyectos creativos estratégicos, basados en la construcción de unos valores, una imagen y una narrativa capaces de impactar y de generar vínculos con las marcas.

En el ámbito cultural nacional, Narita es una consultora con un amplio recorrido en el diseño de estrategias y campañas para instituciones públicas y privadas, incluida la promoción de actividades de entidades como Museo Picasso Málaga, Centro de cultura contemporánea La Térmica Málaga, Centre Pompidou, Instituto Cervantes, Alianza Francesa o ICEX España Exportación e Inversiones.

Sus campañas y trabajos gráficos han recibido múltiples premios de diseño (Laus, Anuaría, Latampack, Letra, Clap, CS Design Awards, Luxury Advertising Awards...), motivo por el que ha encabezado en varias ocasiones el ranking de Los mejores del año en diseño y branding que elabora la revista especializada El Publicista.

Más información: [WEB](#), [INSTAGRAM](#)

Acerca de DISPAR

DISPAR es un sello discográfico y agencia de comunicación de artistas con base en Málaga, fundado por el productor Alejandro Lévar, que viene desde 2020 aunando creadores en torno a nuevos lugares de creación contemporánea. Con una fuerte componente intergeneracional, así como sin estar suscrita a ninguna estética sonora, la apuesta del sello pasa por un encuentro entre corrientes musicales y vanguardias, como dan muestra los discos publicados por Desmelenao, Boterita, Villalobos, Tete Leal o el colectivo Transdisciplina. En la actualidad, se encarga de la comisaría del ciclo MIXTURA para La Térmica Málaga en colaboración con Málaga de Festival.

Más información: [WEB](#), [INSTAGRAM](#)

Contacto de prensa

Indie/Rocío Pérez/619524681/rocio@indiepr.es