

Madrid, 28 de mayo de 2014

DANI MARTÍNEZ DEBUTA COMO “CHICO DIVINITY” PROTAGONIZANDO LA CAMPAÑA DE IMAGEN “¿QUIÉN DICE QUE EL ROSA ES UN COLOR DE CHICAS?”

- El cómico, actor e imitador leonés, que encarna en “Aída” al timador y bromista hermano de *Paz*, se suma a la campaña del canal femenino de Mediaset España en dos cortinillas *on air* y un *making of* exclusivo disponible en Divinity.es
- En esta acción especial, Dani Martínez se verá inmerso en un juego de seducción con dos elementos de su indumentaria en color “rosa Divinity”
- La campaña coincidirá en emisión con la recta final de “Aída”, ficción que culminará su andadura en Telecinco el próximo mes de junio tras nueve años de éxito en antena



¿Seducir o ser seducido? Éste es el dilema al que se enfrentará **Dani Martínez** como protagonista de la campaña de imagen de Divinity “¿Quién dice que el rosa es un color de chicas?”, que arranca hoy con dos autopromociones en las que el cómico e intérprete leonés mostrará su faceta más cautivadora al son de la icónica canción de la leyenda del *jazz* **Nat King Cole**, “Quizás, quizás, quizás”.

En las distintas piezas de la campaña, diseñada y producida por la Subdirección de Imagen Corporativa de Mediaset España, el actor se verá inmerso en un juego de seducción con dos elementos de su indumentaria en “rosa Divinity”. El artista **Alfredo Tobía** es el autor de las fotografías de las cortinillas y el *making of* exclusivo, que estarán disponibles en www.divinity.es. Esta acción especial coincidirá en emisión con la recta final de “Aída”, que tras más de 230 episodios suscitando la sonrisa a los espectadores y situándose con la comedia más longeva de la ficción nacional, culminará su andadura en Telecinco el próximo mes de junio.

Dani Martínez, nuevo “chico Divinity”



Dotado de una extraordinaria *vis cómica*, **Dani Martínez** ha desarrollado su carrera profesional como imitador y humorista en radio, televisión y teatro. Desde el pasado noviembre, **forma parte del equipo artístico de “Aída”, el primer spin off de la televisión nacional y la comedia más longeva en nuestro país, donde da vida a Simón**, el hermano de *Paz*, un timador nato, buscavidas y mujeriego que regresa a *Esperanza Sur* en busca de la ayuda de la exazafata. Su vuelta al barrio propiciará su reencuentro con *Soraya*, su amor platónico, y viejos conocidos como *Chema* y *Luisma*. En los capítulos finales de la serie, el simpático caradura utilizará su ingenio en nuevos engaños y además, por una vez en la vida, defenderá una noble causa: ayudar a *Luisma* a retomar su relación sentimental con *Paz*.

Rostros masculinos de la cinematografía, la televisión y la música nacional en la lista de “chicos Divinity”

Los “hombres Divinity” se han rendido al influjo del “rosa Divinity”, han explorado registros escénicos desconocidos y han hecho del sentido del humor su mejor arma. Por Divinity, sus valores y su oferta de programación en continua renovación, destacados rostros del cine, la televisión y la música nacional, se han “coronado” como **José Coronado**, protagonista de “El Príncipe”; se han convertido en “ángel o demonio” como **Rubén Cortada**, otro de los intérpretes de la serie más vista de la temporada; han hecho gala de todo su “arte” como **Paco León**, el *Luisma* de “Aída” y guionista y director de la película de Telecinco Cinema “Carmina y amén”; han realizado su primera creación pictórica como el cantante **Dani Martín**; han emulado a un capitán de barco como **Martiño Rivas**, el último *Romeo* de la ficción nacional; y se han enfundado en guantes rosas como el protagonista de “Frágiles”, **Santi Millán**.

Desde el inicio de sus emisiones en la primavera de 2011, la buena acogida de su innovadora y amplia oferta de contenidos ha llevado a Divinity a experimentar un crecimiento continuado de sus índices de audiencia tanto en su *core target* (mujeres de 16 a 44 años), pasando **del 2,3% en el primer año** -de mayo 2011 a abril 2012- **al 3,5% de share en el tercer año** -de mayo 2013 a abril 2014-, como en el *target comercial* (ascendiendo **del 1,4% al 2,4%**) y en **total individuos** (incrementando su media nacional **del 1,1% al 1,8%**).

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET *españa.*



@mediasetcom