

Madrid, 28 de agosto de 2019

**‘El Cejas’ protagoniza la nueva webserie ‘Una vida de mierda’ en Mtmad**

**Su primer capítulo, disponible a partir de hoy, anuncia además su participación en ‘Gran Hermano VIP’**

**Violeta Mangriñán, Sofián, Payasín y Aissa completan el reparto de la ficción, que narra la historia de un chaval de barrio que se convierte en *influencer* de éxito**

**Cameos** **de Carlota Corredera, Omar Montes, Noemí Salazar, Oriana Marzoli, Aless Gibaja, ‘El Pequeño Nicolás’ y de los *youtubers* e *instagramers* J. Pelirrojo, Angie Corine, Pablo G. Show y Rubén Corvo y canciones compuestas por Henry Méndez y ‘El Cejas’**

Antes de su debut televisivo en ‘Got Talent España’ -*lo petó* en redes sociales con sus actuaciones ‘El Dembow del Pimpin’ y ‘Camiseta’-, ‘El Cejas’ ya era toda una celebridad en internet. Subió su primer vídeo a Instagram el 12 de septiembre de 2017 y desde entonces sus ***followers***han crecido hasta **1,7 millones** en dicha red social, con más de 600.000 suscriptores en su canal de Youtube. **De la mano de Mtmad** da un nuevo paso ante su legión de fans protagonizando la webserie **‘Una vida de mierda’**. En su primer capítulo, disponible a partir de las 10:00h en <https://www.mtmad.es/el-cejas-una-vida-de-mierda/>, **se confirma además su participación en la próxima edición de ‘Gran Hermano VIP’**.

MTMAD suma con esta nueva webserie un nuevo producto a su portfolio de contenidos para *millennials*, después de introducir con éxito en su red el formato reality blog, presentar realities en streaming, programas en directo y estrenar en sus cerca de tres años de vida más de 180 formatos protagonizados por más de dos centenares de *influencers*, anónimos y rostros conocidos ligados al universo Mediaset.

‘Una vida de mierda’, producida por Lucky Road, cuenta, a lo largo de **seis episodios de 10 a 12 minutos de duración**, la historia de un chaval de barrio que se hace *influencer* por casualidad haciendo un repaso de sus vídeos más virales. Junto a él, participan con papeles destacados su amigo **Sofián, su “enamorada” Violeta Mangriñán (exconcursante de ‘Supervivientes’), Payasín y Aissa, en unas tramas cuajadas de cameos protagonizados por Carlota Corredera, Omar Montes, Noemí Salazar, Oriana Marzoli, Aless Gibaja, ‘El Pequeño Nicolás’** y los *youtubers* e *instagramers* **J. Pelirrojo, Angie Corine, Pablo G. Show y Rubén Corvo.**

**Su papel en la serie: de *pringao* a estrella**

Punto de partida, verano de 2019: ‘El Cejas’ y su colega Sofián están en lo alto de una azotea donde un matón amenaza con tirarles al vacío. Dos años antes, ambos malviven trapicheando en su barrio, hasta que se les ocurre dar el mejor golpe de la historia: presentar a su colega Aissa a una pelea ilegal para que pierda y puedan llevarse el bote de las apuestas. El plan es tan perfecto que no dudan a la hora de pedir dinero a Ricky ‘El Muerto’, un prestamista de la zona. Pero no resulta tan “infalible” cuando Aissa gana la pelea y se encuentran sin tener ni pajolera idea de cómo devolver el dinero perdido. Sin embargo, un patético vídeo de ‘El Cejas’ se hace viral y le convierte en un ídolo de masas, lo que parece que hará cambiar su suerte. Pero la fama y el dinero no saldarán toda la deuda ni harán que, para ‘El Cejas’ y su colega, el día a día siga formando parte de ‘Una vida de mierda’.

**Tres temas compuestos por ‘El Cejas’ y Henry Méndez, en la banda sonora de la webserie**

Con letra y música compuestas por ‘El Cejas’ y Henry Méndez, 'Pónmelo ahí', 'Pim Pam' y 'Lo mío' son los títulos de las canciones (© Grupo Editorial Telecinco (P) Miramimúsica) que podrán escucharse en la webserie y ya se encuentran disponibles en las principales plataformas musicales.

**Mtmad, 104,4 millones de videos vistos de enero a junio de 2019**

Mediaset España ha revalidado en junio (últimos auditados hasta el momento en PC+*mobile* de Videometrix Multiplataforma de ComScore) su posición como medio de comunicación líder en consumo de vídeo digital, tras alcanzar su segundo mejor resultado absoluto mensual con un total de 465 millones de vídeos vistos. Este registro, que sitúa a la compañía en el tercer lugar del ranking global de videos vistos solo por detrás de Google y VEVO, mejora en un 88% la cifra alcanzada en junio de 2018 (247 millones) y distancia aún más a Atresmedia (289 millones) y RTVE (55 millones). Los datos de PC y *mobile* revelan también que la compañía ha alcanzado su segundo mejor dato histórico mensual en vídeos de contenido (sin publicidad), con un acumulado de 192 millones. A estos datos ha contribuido Mtmad, que cerró junio triplicando sus datos del mismo mes del pasado año, hasta alcanzar 18,5 millones de vídeos vistos.

En lo que va de año, Mtmad acumula 104,4 millones de vídeos totales (45,1 millones correspondientes a contenidos, sin publicidad) y en Youtube suma en junio cerca de 15,5 millones de visualizaciones\* (\*Fuente: Youtube Analytics).