

Madrid, 14 de febrero de 2022

**Mtmad prepara ‘Celebrity Game Over’, el primer *reality transmedia* de terror**

**En este formato original, desarrollado en colaboración con Bulldog TV, un *hacker* desvelará los grandes *fakes* en redes sociales de seis conocidos personajes del panorama digital.**

**Una villa aislada será el escenario del *reality*, en el que los *influencers* participarán en diversas pruebas que tendrán que superar con el fin de no dejar entrever las grietas de sus vidas digitales, aparentemente perfectas.**

**‘Celebrity Game Over’ rendirá homenaje a icónicas películas de terror del género *slasher* de las décadas de los 80 y 90, en las que un psicópata enmascarado acecha y trata de ajusticiar a un grupo de jóvenes, y a través de sus pruebas incluirá guiños estéticos a grandes referentes del cine de terror internacional y nacional.**

Arranca el año en Mtmad y lo hace con un nuevo formato original en planteamiento y forma: **‘Celebrity Game Over’**, **primer *reality* *transmedia* de terror** en el que **un *hacker* desenmascarará a seis célebres *influencers* del panorama nacional**.

Convivencia, sorpresa, seducción, humor y momentos de terror son los principales ingredientes de este novedosoconcurso diseñado para ofrecer **contenido específico para la plataforma** de Mediaset España, cuyos soportes lineales y digitales realizarán un seguimiento de cada una de sus entregas y que, además, contará con desarrollos y **materiales inéditos para redes sociales,** ampliando así su cobertura y su público potencial.

El **factor sorpresa y el terror** son dos **elementos clave** que marcarán la sucesión de inesperados acontecimientos en el escenario del concurso, al que llegarán las *celebrities* pensando que la convivencia tendrá lugar en una villa de lujo. La presencia en la vivienda de un misterioso *hacker* con ansias de venganza, el **entorno hostil** y la **angustia** ante la posibilidad de que sus *fakes* sean descubiertos **pondrán a prueba el equilibrio y la templanza de los participantes** en esta producción *transmedia*.

**‘Celebrity Game Over’** llegará próximamente a Mtmad de la mano de Bulldog TV, artífice del novedoso *after show* digital de Mitele PLUS ‘Sobreviviré’ conducido por Nagore Robles y productora pionera en la producción de formatos *crossmedia* nativos digitales como ‘Crazy Trip Tailandia’, ‘Crazy Party’ y ‘Crazy Camp’.

Embajadora en la creación de nuevos lenguajes, la plataforma de contenido nativo de Mediaset España celebró el pasado año su **quinto aniversario** con un acumulado que superaba los **mil millones de vídeos servidos** y una media récord de usuarios únicos en 2021 de **1,7M de usuarios únicos al mes, un 40% más que en 2020**.

**Seis *influencers* ante el reto de mantener ocultos sus *fakes***

El **escenario del *reality* es** **una villa apartada y solitaria** a la que llegará el **grupo de *celebrities***, convencidos de que van a participar en un programa de convivencia al uso. Allí, un *hacker* misterioso y enmascarado les informará que están en la casa para desmontar su gran *fake* en redes sociales. **Participarán en cuatro duras pruebas y dispondrán de cuatro vidas**, que si las pierden verán cómo su gran *fake* saldrá a la luz en la ceremonia final. Solo uno de ellos, **el** **ganador, podrá evitar que su *fake* se haga público, salvaguardando su reputación digital**.

**Un formato *crossmedia* que rinde homenaje a emblemáticas películas de terror**

‘Celebrity Game Over’ rinde **homenaje a icónicas películas de terror del género *slasher* de las décadas de los 80 y 90**, como ‘Viernes 13’, ‘Scream’ y ‘Sé lo que hicisteis el último verano’, en las que un psicópata enmascarado acecha y trata de ajusticiar a un grupo de jóvenes. Este planteamiento marca el eje principal del nuevo *reality*.

A lo largo de las **pruebas** y en las **distintas entregas del formato**, se harán **guiños a grandes referentes del cine de terror internacional y nacional**, como ‘Annabelle’, ‘El proyecto de la bruja de Blair’, ‘El muñeco diabólico’ y ‘Tesis’, la *opera prima* del cineasta Alejandro Amenábar galardonada con dos Premios Goya al Mejor Director Novel y al Mejor Guion Original en 1997.

**Un corazón invertido a modo de *antilike*, en la identidad visual del *reality***

Uno de los símbolos más reconocibles del universo digital en redes sociales: un **corazón**, pero **invertido a modo de *antilike*** de Instagram, jugará un papel esencial en la identidad visual del *reality*. Será **el elemento principal del logo** de ‘Celebrity Game Over’ y **simbolizará la acción del *hacker* que trata de hundir a los protagonistas**, **intentando revertir el ‘me gusta’** que enmascara las vidas aparentemente perfectas de estos *influencers*.

**Además**, el corazón invertido **figurará en la boca de la máscara del *hacker***, haciendo alusión a que las vidas que los participantes irán perdiendo a lo largo de los juegos son también corazones invertidos.

**Cámaras de infrarrojos y drones, en la producción**

Para mostrar el inquietante y terrorífico ambiente de ‘Celebrity Game Over’ y no perder detalle durante las pruebas nocturnas, el equipo de producción del *reality* ha puesto en marcha una producción específica para captar todos los detalles, en la que destaca el uso de **varias cámaras de infrarrojos** para grabar en la oscuridad; diversas **cámaras espías**, instaladas en algunas estancias de la villa, para plasmar las inesperadas reacciones de los protagonistas; y **drones** para tomar planos aéreos del día a día en el aislado escenario en el que conviven los *influencers*.