

Madrid, 28 de marzo de 2022

**Mediaset España lanza el *macrocasting* digital ‘QUIERO SER FAMOSO’, iniciativa transmedia liderada por cinco grandes *influencers* para la búsqueda de talentos multimedia**

**Los *tiktokers* Marina Rivers, Pablo G. Show, Xuso Jones, Judith Arias y Ale Agulló, que juntos suman más de 33M seguidores, forman el *dream team squad* de esta iniciativa con la que Mediaset España, en colaboración con su filial BE A LION, se sumerge en las redes sociales para encontrar nuevos creadores de contenido para su red de soportes multimedia.**

**En esta primera fase, TikTok se convierte en el escenario a través del cual la *squad* de *influencers* animará a todos sus seguidores a subir contenidos propios etiquetados con el hashtag** **#QuieroSerFamoso y con mención a la cuenta oficial @QuieroSerFAmoso\_t5, amplificando la visibilidad de los participantes a través de sus propias cuentas y las de Mediaset España.**

**En una segunda fase, propondrán una serie de *challenges* diarios hasta dar con los ocho mejores candidatos que pasarán a la fase final. En ella se determinará al ganador, que debutará en un canal propio en Mtmad como paso inicial de colaboración en diversos proyectos multimedia del grupo.**

Un *flow* innato, un desparpajo singular, un *swag* único o un rollazo *que lo flipas*. Nadie ha inventado (todavía) la fórmula del éxito en redes sociales. Es ese *yoquesé* o *quéseyo*, ese simple gesto que engancha, esa cualidad irresistible que bate *likes*, esa personalidad que arrasa por donde pasa. No se trata de cantar bien, ni de bailar con técnicas depuradas. Tampoco de saber más que nadie ni ser estereotipo o canon de nada. Cualquiera puede llevar dentro la fama y… puede faltar poco para que el mundo lo descubra.

Mediaset España arranca hoy **‘**[**QUIERO SER FAMOSO**](https://www.telecinco.es/quiero-ser-famoso/)**’ (QSF), un macrocasting digital planteado como un formato transmedia y omnicanal en el que cinco consagrados *influencers* retarán a sus millones de seguidores a poner su vida a concursar** en las distintas fases de esta iniciativa que nace en **TikTok** con el objetivo de buscar talentos dispuestos a alcanzar la fama y el trabajo de sus vidas en el universo multiplataforma del grupo, comenzando por la inauguración de su propio canal en la plataforma de contenido nativo [**Mtmad**](https://www.mtmad.es/).

**Marina Rivers, Pablo G Show, Xuso Jones, Judith Arias y Ale Agulló: el dream team squad de QSF**

**Los *tiktokers* Marina Rivers, Pablo G. Show, Xuso Jones, Judith Arias y Ale Agulló** son los miembros del *dream team squad* que invitará a sus seguidores a participar en QSF. Juntos **suman 33M de seguidores** en redes sociales y, por separado, representan una amplia diversidad de talento:

**Marina Rivers**, 20 años. *Tiktoker* de baile, ha conquistado el corazón de 5,7M de seguidores en TikTok y 1,4M en Instagram. Esta madrileña sabe cómo conectar con su audiencia siendo referente en la creación de contenido coreográfico. Le encanta la belleza, pero está claro que el baile es su vida y pasión. Con experiencia en los medios, ha participado en numerosas entrevistas, *mainstreams* y galas. El pasado año fue galardonada en los Premios TikTok2021.

**Pablo G. Show**, 24 años. *Tiktoker* de humor de gran espontaneidad y cercanía con la audiencia. Su fama comenzó tras la publicación de varios *sketches* sobre estudiantes que han hecho reír a sus más de 2,4M de seguidores en TikTok y 1,9M en Instagram. Acaba de publicar su primer libro y es un invitado recurrente en medios de comunicación. Su éxito se debe a la realización de un humor atrevido, pero todo el mundo quiere oír.

**Judith Arias**, 21 años. *Tiktoker* de *lifestyle* desde que el pasado año decidiera abrirse una cuenta con su novio, convirtiéndose en una de las parejas más populares con más de 15 millones de seguidores en TikTok y casi 2 millones en Instagram. Con tan solo 20 años, acaba de ser madre de una niña. Cuenta con su propio canal en Mtmad, ‘Mi realidad’, donde muestra su vida cotidiana con gran expectación debido a su estilo de vida poco convencional.

**Xuso Jones, 32 años.** *Tiktoker* de entretenimiento, es músico de profesión con574,3 ,4K de seguidores en TikTok y 626K en Instagram. Se dio a conocer a través de un video viral en su canal de YouTube, que le catapultó hasta participar en programas como ‘Tu Cara me Suena’, ‘MasterChef Celebrity’ o ‘La Voz’. Ha lanzado varios discos, protagonizando un perfil con un gran crecimiento por su constante innovación en redes. Recientemente, acaba de lanzar el single ‘Troya’ junto a Funambulista. La música es su pasión, pero es su carisma lo que le ha hecho conseguir la fama.

**Ale Agulló**, 24 años. *Tiktoker* de humor, es una de las creadoras femeninas de comedia española más populares gracias a su filtro de ‘cara cuadrada’, que siguen más de 3,8M de usuarios en TikTok y 372K en Instagram. Invitada de numerosos programas de televisión y radio, fue la creadora del formato de éxito #UnNovioParaAle en TikTok, en el que participaron famosos como Kiko Rivera.

**Un concurso de *challenges* para demostrar ser merecedor de la fama**

En **la primera fase** que hoy arranca, los participantes que deseen concursar han de etiquetar todos los contenidos nuevos que suban a TikTok y que consideren que avala su candidatura **mencionando la cuenta oficial del macrocasting, @QuieroSerFamoso\_t5, junto con el hashtag #QuieroSerFamoso.** La convocatoria ya ha comenzado a través de contenidos de amplificación en las ventanas de Mediaset España y a través de comunicaciones de la *squad* de *influencers* en las redes sociales. Todos los días hasta el final de esta primera fase, el grupo desarrollará una parrilla de contenidos para nutrir sus propias cuentas y, en función de los vídeos, del resto de ventanas del grupo.

Dentro de un par de semanas, arrancará la **siguiente fase**, en la que tras haber captado el interés de la *squad*, los participantes deberán demostrar que realmente merecen la fama a través de una serie de ***challenges* diarios que propondrán los *influencers***. Los candidatos tendrán que replicar con su propio estilo las distintas propuestas, etiquetando igualmente todo cuanto publiquen.

Los 8 mejores perfiles pasarán a **una fase final de la que saldrá un único ganador** al que Mediaset España formará, promocionará y dará una oportunidad para desarrollar todo el talento que lleva dentro en sus distintos soportes, pasando por abrir su propio canal en Mtmad.

**Creación, adaptación y amplificación: el ADN de QSF**

‘QSF’ es una iniciativa diseñada en colaboración con **Be a Lion**, filial de Mediaset España especializada en soluciones de comunicación 360º en el entorno digital y redes sociales, recientemente certificada como **Marketing Partner de TikTok**, que nace con una estrategia participativa a través de contenidos transmedia adaptables y amplificables.

Se trata de un formato *call to content* de creación de contenido propio multiformato y complementario, que se retroalimentará dentro del propio ecosistema de las redes sociales, a las que se adaptará en sus códigos y lenguajes y en las que será distribuido con una frecuencia regular buscando conectar con el *target* y fidelizar a la audiencia ya suscrita, bien al *squad* de *influencers* o bien a las cuentas oficiales de Mediaset España.

En cada una de sus ventanas, está prevista una metódica planificación a través de micro despieces de los contenidos troncales creados por los participantes y que a su vez será amplificado y viralizado por el pool de talentos que componen el *squad*, cruzando su audiencia con la del propio universo del grupo audiovisual.

**Sobre BE A LION**

BE A LION es una compañía filial de [Mediaset España](https://www.mediaset.es/) especializada en soluciones de comunicación 360º que permiten a las marcas conectar con su audiencia en el entorno digital y de las redes sociales. Su posición consolidada en el mercado como partner referente en contenido y publicidad en redes sociales, se ha visto reforzada tras recibir la certificación como Marketing Partner en el TikTok Marketing Program. Una iniciativadirigida a reconocer la labor de empresas destacadas en distintos ámbitos de la publicidad, desde la creación y producción de campañas hasta su implementación y medición en el marco de la plataforma líder de vídeos móviles en formato corto.

BE A LION cuenta un posicionamiento único en el mercado, ofreciendo a los anunciantes una amplia experiencia en la creación y producción de contenido y publicidad y su posterior distribución en planes estratégicos de *paid media*.