

Madrid, 8 de julio de 2022

Darío Saez, el ganador de ‘QUIERO SER FAMOSO’, debuta en Mtmad con su canal ‘Darío lo que fuera’

**Arrancará su andadura este sábado en la plataforma de contenidos nativos de Mediaset España con una entrega que transcurre en la Fiesta del Orgullo 2022 en Madrid en la que acometerá un ambicioso desafío.**

***Performances* callejeras, desfiles de moda, sesiones fotográficas y asistencia a eventos sociales marcarán la agenda del nuevo *vlogger* de Mtmad, que en cada episodio llevará a cabo un sorprendente reto en su carrera hacia la fama.**

**El *macrocasting* transmedia ‘QUIERO SER FAMOSO’ culminó el pasado 1 de junio su primera edición con 20.000 candidaturas y 500 millones de visualizaciones en Tik Tok**

Por alcanzar el éxito **Darío Saez**, *tiktoker* de humor que se alzó con la victoria en el macrocasting digital [‘QUIERO SER FAMOSO’](https://www.telecinco.es/quiero-ser-famoso/) de Mediaset España el pasado 1 de junio, hará todo lo que esté en su mano. Este es el *leitmotiv de* **‘Darío lo que fuera’, su canal en Mtmad con el que inicia su andadura como creador digital este sábado 9 de julio**.

*Showman*, bailarín y artista, Darío [(@dario.saezzz](https://www.tiktok.com/@dariosaezzz?lang=es), con 13,1K seguidores en Instagram y 10,6K en TikTok) **volcará su energía y esfuerzos en su *vblog* para escalar hacia la fama**. En cada una de las **seis entregas** de su canal, el nuevo *vlogger* de Mtmad, llevará a cabo un sorprendente y singular reto, con el que espera acrecentar su incipiente popularidad en el entorno digital.

Darío Saez se verá **inmerso en diversas aventuras y singulares iniciativas**: desde *performances* callejeras hasta desfiles de moda, sesiones fotográficas, asistencia a eventos sociales, provocaciones en redes sociales y la grabación de un videoclip.

Sus más de 23.000 fans en redes pondrán ver sus avances a lo largo de seis entregas que, tras su debut el 9 de julio, se ofrecerán en **emisión semanal** en **Mtmad** **los viernes de julio y agosto**. Además, al final de cada entrega se desvelará si el *tiktoker* ha culminado o no su objetivo.

**La *perfomance* callejera de su nueva canción, en el arranque del *vlog***

Inmerso en el ambiente festivo del Orgullo LGTBI+ en Madrid, Darío Saez inicia su andadura como *vlogger* yendo a por todas. Y lo hace estrenando en esta celebración una nueva canción compuesta por él que rinde homenaje a su canal de Mtmad. Decidido a hacer famoso su tema musical, tratará que los asistentes al Orgullo bailen la coreografía que ha creado especialmente para el *single* en una divertida y sorprendente *performance* callejera.

**‘QUIERO SER FAMOSO’ culmina su primera edición con 20.000 candidaturas y 500 millones de visualizaciones en Tik Tok**

**El macrocasting transmedia** **‘QUIERO SER FAMOSO’ (QSF)** culminó el pasado 1 de junio su primera edición con la emisión simultánea de una gala final en Be Mad y [Mitele](https://www.mitele.es/directo/bemad/) conducida por Nagore Robles, en la que Darío Saez se proclamó vencedor.

A lo largo de su desarrollo, este formato *call to content* de Mediaset España, en colaboración con [BE A LION](https://bealion.com/), filial del grupo especializada en soluciones de comunicación 360º en el entorno digital y redes sociales, mostraba cómo cinco grandes *influencers* del panorama nacional retaron a sus millones de seguidores a participar en este concurso, logrando **más de 20.000 candidaturas**. En una primera fase, animaron a todos los interesados a subir contenidos propios con el *hashtag* #QuieroSerFamoso y mencionando la cuenta oficial @QuieroSer Famoso\_t5; y en una segunda fase, propusieron *challenges* diarios a aquellos aspirantes que conquistaron a la *squad* de *influencers* hasta dar con los candidatos con mayor potencial, quienes generaron **más de 500 millones de visualizaciones acumuladas del *hashtag* #QuieroSerFamoso**.

**TikTok fue** el **escenario de esta iniciativa** que ha incrementado la visibilidad de los participantes a través de sus propias cuentas y las de Mediaset España, **con las que se alcanzaron más de 600.000 visualizaciones**. Dispuestos a lograr la fama y el trabajo de sus vidas en el universo multiplataforma del grupo, todos compartían el mismo sueño de inaugurar su propio canal en la plataforma de contenido nativo Mtmad, pero sólo este joven *performer* de 27 años se alzó con el galardón por sus divertidos y originales vídeos con extravagantes *looks* creados a partir de mascarillas sanitarias o bolsas de supermercado.