PALCO23

CLUBES

El Barça diversifica su negocio audiovisual con una serie de animación infantil

El club, a través de su división Barça Studios, lanzará la producción infantil *Talent Explorers*, con la que aspiran a captar al público infantil y nutrir su nueva OTT, Barça Plus.

Palco23
15 may 2020 - 16:12

El FC Barcelona da nuevos pasos en su ofensiva audiovisual. El club ha anunciado el lanzamiento de ***Talent Explorers***, su primera serie de animación, de la mano de Sony Music Latin Iberia. El proyecto permitirá generar nuevos ingresos con su venta a televisiones convencionales, pero también abrirá nuevas líneas de negocio de *merchandising* y videojuegos, entre otros.

La primera temporada de la serie constará de dos formatos, con episodios de once minutos cada uno para televisión, pero también episodios de dos minutos para distribuir en canales digitales como YouTube. El estreno de los primeros episodios está previsto para antes del verano de 2021.

https://www.palco23.com/clubes/el-barca-diversifica-su-negocio-audiovisual-con-una-serie-de-animacion

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Esta es la tercera producción de calado de Barça Studios, que hace unas semanas anunció la asociación con el escritor y guionista Albert Espinosa para desarrollar una serie de ficción inspirada en la Masia. El rodaje de la primera temporada está previsto para el verano de 2021 y constará de siete capítulos.

> **Barça Studios ha lanzado una serie sobre el día a día del club, ha aprobado una serie de ficción y ahora se estrena en animación**

El primer gran proyecto de la productora audiovisual blaugrana fue *Matchday*, la serie que retrata desde dentro cómo fue la temporada 2018-2019 del primer equipo de fútbol. La producción se estrenó a nivel global con Rakuten, pero hace unas semanas logró sellar un acuerdo de distribución con Netflix para toda Latinoamérica y Canadá, dándole acceso a millones de suscriptores.

En paralelo, ya se han iniciado las primeras pruebas de la OTT Barça TV Plus, la plataforma de contenidos de pago con la que se quiere monetizar la amplia base de seguidores que tiene en redes sociales. Su estreno será a finales de temporada, una vez que ya ha echado a rodar el *ecommerce* propio.

Estos proyectos forman parte de la ofensiva digital lanzada hace unos meses. Según Dídac Lee, directivo responsable del área, “en esta estrategia, los fans se encuentran en el centro de todo, y con este contenido audiovisual, podemos llegar también a los fans más pequeños”.

“Este objetivo también responde al análisis que hace el Club del mundo del fútbol y su industria en cuanto a contenidos de entretenimiento, que no están focalizados en este público infantil, pero a los que también hay que tener en cuenta porque serán los fans del futuro”, ha añadido.

https://www.palco23.com/clubes/el-barca-diversifica-su-negocio-audiovisual-con-una-serie-de-animacion

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.