

COMPETICIONES

A la caza del 'millennial': la NBA se prepara para vender los derechos televisivos de eSports

La liga norteamericana de baloncesto lanzará en 2018 el 2K eLeague, una liga profesional en la que participarán 17 franquicias.

Palco23

6 sep 2017 - 16:00

Image not found or type unknown



La NBA sigue reforzando su estrategia para llegar al público joven y digital, y ha encontrado en los eSports la mejor fórmula para ganar seguidores y repercusión. La liga norteamericana de baloncesto, que en 2018 entrará en los eSports con el lanzamiento del NBA 2k League, ya tantea la posibilidad de vender los derechos televisivos a una plataforma digital para monetizar esta apuesta.

“Tenemos la oportunidad de vender los derechos audiovisuales a canales de televisión y múltiples plataformas que emitan por *streaming*, como Facebook, Twitch, Youtube Gaming o Twitter”, ha explicado Brendan Donohue, director general de esta liga de deportes electrónicos, que ya cuenta con 17 franquicias adheridas. Para el directivo, esta modalidad ofrece unas oportunidades comerciales “casi infinitas” que merece la pena aprovechar.

Más allá de los *streamings*, el ejecutivo tiene claro que los ingresos que puedan generar a través de esta disciplina también dependen de los patrocinios. “No sólo nos han abordado una serie de marcas interesadas en patrocinar el juego, sino que también hay nuevos *sponsors* interesados en entrar en eSports y ven a la NBA como una entidad que ofrece una transición más segura para pasar de apoyar el juego a patrocinar la competición”, detalla.

Entre las 17 franquicias que participarán en la liga con un equipo profesional de cinco jugadores están los Boston Celtics, Cleveland Cavaliers y los Golden State Warriors. La NBA, que para tirar adelante este proyecto firmó un acuerdo con Take-Two Interactive Software, no descarta que de cara a las próximas ediciones se incremente el número de equipos.