

COMPETICIONES

La MLB reduce a seis la oferta de retransmisión de los partidos a Facebook

La *Major League Baseball* ha recortado a seis los encuentros no exclusivos que el gigante de las redes sociales podrá emitir para la temporada regular en 2019. Serán diecinueve menos que el año pasado.

Palco23
1 abr 2019 - 13:00

La Major League Baseball ha recortado a seis los encuentros no exclusivos que el gigante de las redes sociales podrá emitir para la temporada regular en 2019. Serán diecinueve menos que el año pasado.

La MLB rebaja a seis los partidos que Facebook podrá emitir en 2019. Este nuevo acuerdo de renovación representa una reducción de diecinueve partidos menos con respecto a 2018. La red de la liga de béisbol producirá los encuentros para el servicio de vídeo de Facebook con elementos interactivos y sociales que invitarán a los fans a participar en las coberturas en directo. Además, la MLB tendrá la oportunidad de vender patrocinios para cada una de las retransmisiones en vivo.

El jefe de asociaciones deportivas de Facebook para ligas y medios, Rob Shaw, espera “probar un nuevo modelo para partidos en vivo, lo que debería ayudar a la liga a continuar alcanzando una audiencia más joven y más global”. Por su parte, el vicepresidente ejecutivo de medios globales, Chris Tully, ha añadido que “la colaboración con Facebook impulsará nuevamente la creación de nuevas formas para que podamos entregar contenido a los fans del béisbol que participan en la plataforma diariamente”.

La red social se asoció por primera vez con la MLB en la campaña 2017 con la transmisión de 20 partidos no exclusivos. Este acuerdo se renovó antes de la temporada pasada por un valor de 35 millones de dólares. La retransmisión de partidos por redes sociales no se limita solo a la MLB. Twitter acordó con la NBA en enero emitir las segundas partes de los partidos de forma gratuita centrándose en un único jugador elegido por los aficionados.

Este nuevo sistema de emisión también ha aterrizado en el fútbol español. Esta temporada, LaLiga se estrenó de la mano de Facebook en ocho países del sur de Asia. El acuerdo permitía a la empresa estadounidense retransmitir un total de 380 partidos

PALCO23

| en Afganistán, Bangladesh, Bután, India, Nepal, Maldivas, Sri Lanka y Pakistán.