

COMPETICIONES

La MLB se alía con LeTV para llevar su liga de béisbol por primera vez a China

Palco23
7 ene 2016 - 18:54

La Major League Baseball (MLB) es una de las competiciones más seguidas en Estados Unidos, incluso por delante de la NBA, pero lejos de su mercado original apenas había probado fortuna. Ahora, la competición ha decidido cruzar el Pacífico para aliarse con LeTV, una de las plataformas digitales de China que más está apostando por los deportes para ganar usuarios. En virtud del acuerdo, el portal se convierte en socio estratégico de la MLB en China, Hong Kong y Macao durante los próximos tres años.

Se trata de la primera vez que el béisbol estadounidense se podrá ver en directo en el gigante asiático de forma regular, ya que LeTV se ha comprometido a retransmitir 125 partidos de cada temporada: cuatro encuentros semanales en alta definición cada semana durante la fase regular, además de veinte choques de post-temporada, el All-Star Game, el Home Run Derby y las series mundiales. Hasta ahora, la competición sólo trabajaba con ocho operadores locales que únicamente ofrecían en directo las joyas audiovisuales de la MLB, pero nada sobre la temporada regular. Además, emitían 25 episodios de un programa de béisbol en mandarín.



Itchy Xu, primer jugador chino fichado por los Baltimore Orioles.

Los términos económicos del acuerdo no han trascendido. Además, la compañía en la que han invertido Jack Ma y Wang Jianlin, dos de los hombres más ricos de China, también podrá ofrecer en directo y *streaming* todos los partidos, así como comercializarlos bajo demanda. También se ha comprometido a traducir al mandarín los contenidos de la MLB para difundirlos a través de su plataforma digital, sus aplicaciones móviles y su OTT. Esta estrategia irá acompañada de la creación de una comunidad virtual para que los treinta clubes de la competición puedan interactuar con los aficionados al béisbol e incluso vender productos oficiales.

"Al trabajar en los tres últimos años con la MLB, hemos visto cómo atrae la liga a las familias chinas y lo populares que se han convertido los partidos y sus jugadores para los jóvenes aficionados del deporte en China", ha enfatizado Zhenjian Lei, consejero delegado de Le Sports.

"Estamos encantados de ofrecer partidos de la Major League en mandarín a través del distintivo y siempre creciente ecosistema de dispositivos y aplicaciones de Le Sports; China es una frontera fundamental para el desarrollo del béisbol", ha enfatizado sobre la importancia de este acuerdo el comisionado de la MLB, Robert Manfred. "Durante la última década hemos trabajado constantemente para sentar una base duradera para el béisbol en China", ha añadido Tony Petitti, director de operaciones, en referencia a los planes de formación desarrollados en el país y el desarrollo de contenidos específicos.

El desarrollo de la competición en el gigante asiático viene fraguándose desde 2007, cuando se abrió una primera oficina. Desde entonces se han abierto tres centros formativos en las ciudades de Wuxi, Changzhou y Nanjing. Además, en los últimos nueve años un total de 600.000 estudiantes de primaria han aprendido a jugar a este deporte a través del programa MLB Play Ball!, en el que han participado cien escuelas.

Para LeTV, este acuerdo no deja de reforzar su apuesta por los derechos televisivos, después de asegurarse en exclusiva Wimbledon entre 2016 y 2018, los torneos de la ATP y la Premier League, aunque en este caso sólo en Hong Kong. En total, Le Sports controla la retransmisión de más de 200 eventos deportivos que cubren 10.000 partidos.