

## COMPETICIONES

# La NBA, Turner y Twitter renuevan su alianza para emitir contenidos bajo demanda en la red social

Una década después de que firmaran el primer acuerdo, la liga, el grupo de medios y Twitter emitirán más partidos en directo y bajo demanda.

Palco23  
8 ene 2020 - 19:17



La NBA refuerza la emisión de contenidos en Twitter. La competición ha renovado el acuerdo que la une a Turner y a la red social con el fin de emitir más contenidos en directo y bajo demanda. Los términos económicos del acuerdo no han sido desvelados, pero, en virtud del mismo, el grupo de medios permitirá a la plataforma emisión de partidos en directo y de contenidos a la carta.

Esta renovación llega justo cuando se cumplen diez años del primer acuerdo ente la NBA, Turner y la red social. Desde que la competición se unió a Twitter en 2009, la liga ha creado una comunidad formada por 437 millones de seguidores en todo el mundo, sumando los *followers* de la NBA, las franquicias y los jugadores.

La novedad es que esta temporada la NBA y Twitter han lanzado una serie de contenidos bajo demanda con las franquicias, así como emisiones en directo de los partidos, el calentamiento y *Q&A* (preguntas y respuestas, por sus siglas en inglés) durante los partidos de *play-off* y las finales.

“Como primeros usuarios de la plataforma, es emocionante ver a la comunidad *#NBATwitter* convertirse en una de las bases de seguidores de redes sociales más grandes y activas del mundo”, ha explicado Sam Farber, vicepresidente de medios digitales de la NBA. “Como parte de esta renovación, *#NBATwitter* ofrecerá partidos en directo y acercará a los fans a la liga, los equipos y los jugadores a través de la experiencia de transmisión de la segunda pantalla de la NBA en TNT”, ha añadido.

De este modo, la NBA busca adaptarse a los nuevos hábitos de consumo de deporte desde el hogar, donde los aficionados siguen el partido mientras utilizan su *smartphone* para comentar el encuentro en las redes sociales. Como parte de esta iniciativa, NBA TV y Turner Sports crearon en 2018 el programa *Fans Only*, basado en emitir partidos sin narradores ni comentaristas, en los que los comentarios compartidos en las redes sociales tienen mayor visibilidad.