

FOX Sports crece en el área digital con la compra de StraightCast Media

Palco23

18 ago 2015 - 11:35

La división de deportes de la cadena propiedad del magnate del periodismo Rupert Murdoch potencia su negocio digital. FOX Sports Digital ha cerrado la compra de StraightCast Media, una plataforma creada por dos exjugadores de fútbol americano. Los detalles económicos del acuerdo no han trascendido.

StraightCast Media es la propietaria de la aplicación Gridiron Grunts que, hasta la fecha, ha sido utilizada por más de 200 jugadores de la NFL para compartir vídeos grabados por ellos mismos antes o después de los partidos, y para emitir reflexiones y comentarios sobre jugadas o eventos ocurridos en el vestuario.

La empresa fue creada en 2010 por Jeb Terry y Ryan Nece, dos exjugadores de los Tampa Bay Buccaneers. Su intención era ofrecer a los jugadores una plataforma para acercarse directamente a sus seguidores y para compartir contenido de primera mano al que no tenían acceso los medios de comunicación. Tras la operación, Terry se incorporará a FOX Sports Digital como vicepresidente responsable de gestión de programas.



La 'app' permite a los jugadores contactar directamente con sus aficionados.

FOX Sports ya colaboró con StraightCast el año pasado para emitir un programa sobre la NFL denominado *On the Bus* (En el Autobús), un programa en el que se emitían grabaciones realizadas por los propios jugadores con sus reflexiones previas a los partidos de fútbol americano. Entre los profesionales que han colaborado con StraightCast se encuentran Richard Sherman, Rob Gronkowski, Philip Rivers y Michael Vick. Antes de trabajar con Fox Sports, lo había hecho con ESPN y NFL Network.

Los planes de FOX Sports Digital pasan por ampliar el uso de StraightCast más allá del fútbol americano y extenderlo al béisbol o el golf, entre otros deportes. "Esta tecnología pone a disposición de los jugadores una fórmula sencilla de crear y subir contenido que FOX Sports puede emitir después a través de sus múltiples plataformas", ha señalado Devin Poolman, vicepresidente de desarrollo de producto de la multinacional de medios de comunicación.

No es la única operación corporativa realizada por el grupo de medios para adaptarse a los nuevos tiempos y mejorar su oferta de contenidos. Hace unas semanas lideró la ronda de financiación de Mondogol, en la que este desarrollador de ligas fantásticas levantó 300 millones de dólares (273 millones de euros) entre inversores, incluidas la MLB, NHL y MLS.