

Movistar+ lanza su canal de eSports para seducir más allá del 'hard fan'

Guillermo G. Recio
21 feb 2017 - 12:19

Combinar los *hard fans* con los nuevos públicos será el reto de Movistar+ en su apuesta por los eSports. La plataforma de televisión de pago ha presentado este martes el canal propio creado para dar cobertura a su entrada en los deportes electrónicos junto a la ESL con el objetivo de seducir a los clientes que no conocen esta disciplina y a los propios expertos.

Carlos Martínez, director de deportes de Movistar+, explica que "la principal dificultad va a ser hacer convivir a un público que es extremadamente conocedor con la lógica voluntad de la televisión, que es abrir este contenido a la mayor cantidad de gente". Por tanto, "habrá una parte extremadamente didáctica".

Esta idea irá secundada por una estrategia digital que "contará con tutoriales y todo tipo de incentivos para que los que no entienden se aproximen a este mundo". "Ser fieles a los eSports, pero también llegar al público más masivo", es la máxima que reitera Martínez.

"Hace apenas un año y medio no había una línea en un medio convencional y a día de hoy es increíble la atención que han logrado acaparar", señala sobre el *boom* que ha sufrido el escenario de los deportes electrónicos en los últimos meses. "Vamos a intentar traspasar nuestro *know-how* a todo el mundo de los eSports, por ello Sergio Perela va a ser la cara fundamental, que hasta ahora era el encargado del carrusel de la ACB", detalla.

La cobertura de Movistar+ tendrá varias líneas de actuación. En primer lugar, el dial propio tendrá una operativa similar a la del canal de *El Partidazo* de fútbol, que abrirá y cerrará según los eventos en directo. En Movistar+ Deportes 1 se emitirá un *magazine* semanal de 30 minutos, para lo que se contará con un equipo de ocho corresponsales que alternarán la narración de eventos con la producción de reportajes.

"*The gaming house* va a ser el programa semanal que pretendemos que sea el programa referencia de los eSports, pero incluiremos las noticias más destacadas en los programas de deportes del canal #0 como si fuera la NFL o la NBA", puntualiza Martínez. "Todos los contenidos también estarán bajo demanda, haremos

piezas de perfil para que conozcan a todos los jugadores y realizaremos diferentes vídeos como el Playctionary, donde los jugadores explicarán el lenguaje técnico de League of Legends (LoL), por ejemplo", comenta Perela.

De momento, este miércoles empezará a emitir ya su programa semanal, pero han hecho coincidir el lanzamiento de su canal con la fase final de las Intel Extreme Masters World Championship del videojuego LoL, donde los ocho mejores equipos del mundo se enfrentarán por un premio de más de un millón de dólares. "Aquí empieza una colaboración muy estrecha con la ESL, que arranca con una retransmisión en directo a las 12 el próximo sábado desde Katowice, Polonia", añade Martínez.