

MEDIA

Movistar se alía con Mediapro para relanzar su canal de eSports en Latinoamérica

El grupo de las telecomunicaciones quiere relanzar su canal de deportes electrónicos junto a Mediapro, para lo que ofrecerá contenido local, regional y mundial adaptado al aficionado latinoamericano.

Palco23

17 jun 2019 - 18:19



Telefónica relanza su canal de eSports en Latinoamérica junto a Mediapro. Ambas compañías desarrollarán Movistar eSports Ubeat, una plataforma dedicada a los deportes electrónicos locales, regionales y mundiales adaptados a los contenidos de esta región.

Aunque no se han desvelado los términos económicos del acuerdo, en virtud del mismo, la nueva plataforma podrá retransmitir la Liga Movistar Latinoamericana de *League of Legends (LoL)*, los campeonatos nacionales de este videojuego y otros contenidos de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP).

1 / 2

<https://www.palco23.com/media/movistar-se-alia-con-mediapro-para-relanzar-su-canal-de-esports-en-latinoamerica>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

“Estamos muy orgullosos de la alianza alcanzada con Mediapro, que refuerza nuestra propuesta de contenidos sumando nuevos juegos, campeonatos y contenido original con talento latino”, ha comentado Paula Figueroa, directora de vídeo de Telefónica en Latinoamérica.

Ambas compañías colaborarán en un canal que ofrezca contenidos de eSports en Latinoamérica

“Sumamos la experiencia de Mediapro en este ámbito y la amplia difusión que puede ofrecer Movistar en Latinoamérica”, ha afirmado Mari Carmen Fernández Tallón, directora de innovación del Grupo Mediapro.

El canal se distribuirá en los paquetes básicos ofrecidos Movistar en Latinoamérica, tanto a través de su OTT Movistar Play, plataforma a la que tienen acceso los más de 110 millones de clientes, como a través del servicio de televisión de pago.