

Madrid, 29 de noviembre de 2018

Publiespaña explotará el espacio publicitario de la nueva OTT creada por la productora y la Liga de Videojuegos Profesional, cuyas emisiones arrancan el próximo 15 de diciembre

Mediaset España comercializará la publicidad de U-BEAT, la nueva plataforma y canal de eSports de Mediapro

- Con el objetivo de ser un referente internacional en contenidos de eSports y *gaming*, dos de los sectores del entretenimiento con mayor potencial de desarrollo, U-BEAT ofrecerá más de 3.000 horas de competiciones, contenidos de actualidad y formatos entretenimiento
- U-BEAT estará disponible tanto a través de su plataforma de contenido VOD como de su canal de pago, con emisión 24 horas los siete días de la semana
- La Liga de Videojuegos Profesional concentra el 85% de la audiencia de los eSports en España y un 75% de los seguidores de habla hispana a nivel mundial. En 2017 alcanzó 17,4 millones de espectadores únicos, un 44% más que el año anterior (fuente: LVP)

Mediaset España ha alcanzado un acuerdo con Mediapro para la **comercialización de U-BEAT, la nueva plataforma y canal de e-Sports** creada por la productora y la **Liga de Videojuegos Profesional (LVP)**, que ha sido presentada hoy en Barcelona y cuyas emisiones arrancarán el próximo 15 de diciembre. De este modo, **Publiespaña**, filial publicitaria de la compañía, se hará cargo de la **explotación comercial tanto de la plataforma digital de contenidos VOD como del canal de televisión** con los que contará U-BEAT, que nace con el objetivo de ser un **referente internacional en contenidos de eSports y gaming**, dos de los sectores del entretenimiento con mayor potencial de entretenimiento.

U-BEAT: más de 3.000 horas de competiciones, contenidos de actualidad y formatos de entretenimiento

A partir del próximo 15 de diciembre, U-BEAT ofrecerá a los seguidores de los eSports **más de 3.000 horas de competiciones, información, actualidad y formatos entretenimiento**, contenidos que se verán complementados con los mejores *casters* - expertos comentaristas de partidas-, analistas y talentos. Esta oferta podrá ser consumida **cuándo, dónde y en el formato que desee el espectador**, a través de dos opciones con contenido personalizado:

- **Plataforma de contenido VOD:** ofrecerá contenidos diseñados para su **consumo directo en dispositivos móviles**, integrados por vídeos cortos (de

tres a cinco minutos de duración) con un lenguaje adaptado a un *target* muy específico: jóvenes que buscan contenidos de calidad segmentados según sus intereses.

- **Canal de pago 24/7:** con **competiciones en directo**, emisión de **partidas íntegras** de las ligas más destacadas a nivel nacional e internacional, los **eventos** más importantes y toda la **actualidad** del sector. Además, los fans de e-sports podrán acceder a contenidos de la competición oficial, la **Superliga Orange**, editados y *casteados* por los principales *casters* nacionales. También encontrarán **formatos informativos y de entretenimiento** vinculados a los eSports: informativos diarios, *highlights*, reportajes, entrevistas, retos, piezas cortas, concursos, espacios destinados a mostrar cómo es la LVP desde dentro y documentales grabados *ad hoc* que en algunos casos estarán protagonizados por los rostros de referencia de los principales equipos de las competiciones.

[La LVP, referencia en eSports en España](#)

La Liga de Videojuegos Profesional concentra el **85% de la audiencia de eSports en España** y un **75% de los seguidores de habla hispana a nivel mundial**. En 2017, alcanzó un total de **17,4 millones de espectadores únicos**, lo que supone un **44% más** que el año anterior (fuente: LVP).