

INFORMACIÓN GENERAL

Fecha, hora y lugar:

7 de octubre de 2020

18.30 horas

LIVESTORM

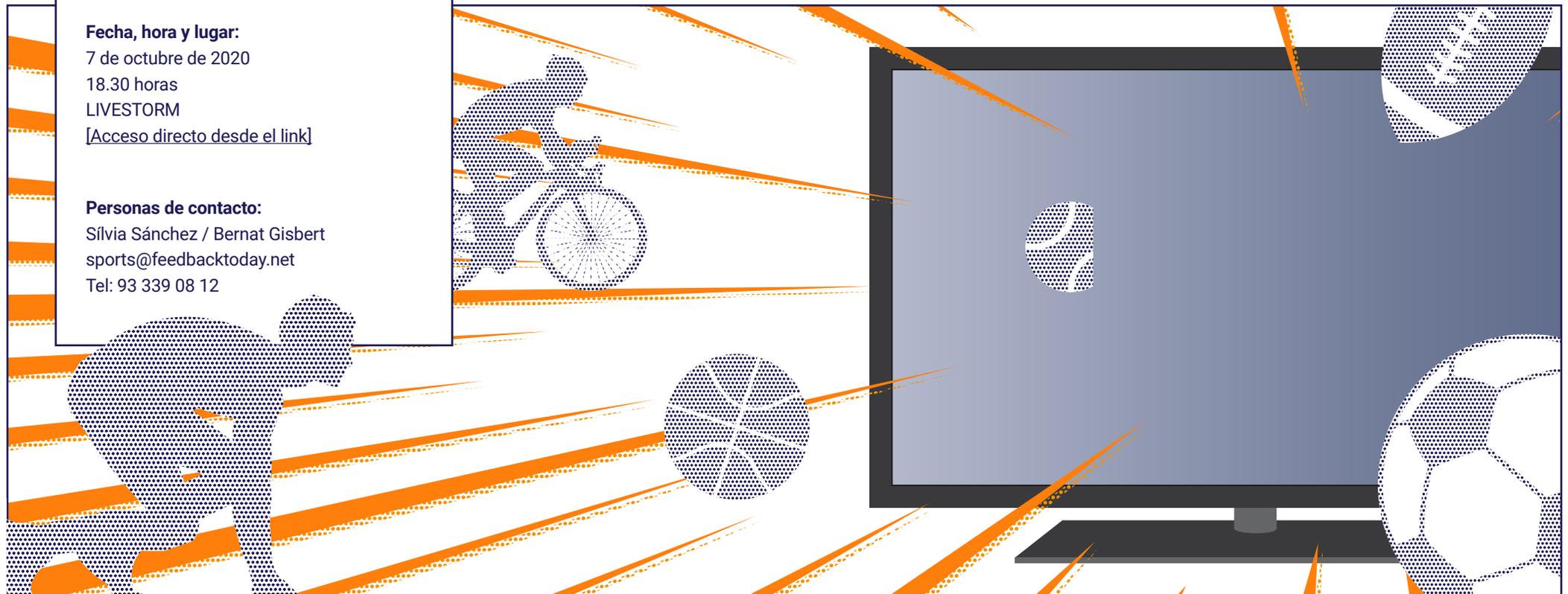
[[Acceso directo desde el link](#)]

Personas de contacto:

Sílvia Sánchez / Bernat Gisbert

sports@feedbacktoday.net

Tel: 93 339 08 12



Feedback Sports

Feedback Sports es un encuentro regular y periódico de personas y perfiles que tienen que ver con el deporte, entendido como industria y no como espectáculo. Esto incluye directivos de clubes, competiciones y federaciones, deportistas, representantes de empresas patrocinadoras, políticos y miembros de administraciones públicas competentes, directivos y periodistas provenientes de los medios de comunicación y representantes de sectores económicos afines a la industria deportiva. En nuestros encuentros se difunden y comparten conocimientos, experiencias y aprendizajes de personas de diversos ámbitos de la industria deportiva.

¿AUDIENCIAS TELEVISIVAS O PÚBLICO EN LOS ESTADIOS? ¿PARA QUIÉN COMPITEN LOS DEPORTISTAS?

¿AUDIENCIAS TELEVISIVAS O PÚBLICO EN LOS ESTADIOS? ¿PARA QUIÉN COMPITEN LOS DEPORTISTAS?

01 | ¿Qué seguidor es más importante? ¿El socio del club o el afiliado a un canal de pago?

02 | ¿Aplazar competiciones como los Juegos Olímpicos de Tokio o la Eurocopa de fútbol ha sido una solución inteligente, o es alargar el problema un año más?

03 | ¿Qué riesgos puede generar un calendario sobrecargado de competiciones para los deportistas? ¿Y para las audiencias televisivas?

04 | ¿Quién manda más en el deporte de masas actual: los deportistas o los promotores televisivos?

05 | ¿Qué tendencias se pueden identificar de cara al año que viene? ¿Volveremos a la normalidad de siempre, o nos quedaremos en la nueva normalidad?

El confinamiento causado por el coronavirus ha demostrado las ganas que todos juntos, como sociedad, teníamos de volver a ver competir a nuestros equipos y deportistas favoritos. A lo largo de muchas semanas, considerábamos la reanudación de las competiciones como un signo de retorno a la normalidad. Ahora que ya estamos, sin embargo, **las reglas del distanciamiento social hacen imposible la asistencia masiva a los estadios, pabellones y circuitos de carreras**; las competiciones populares como las maratones han quedado aplazadas y no se sabe cuándo será posible volver.

Los calendarios oficiales se han llenado de una manera nunca vista: grandes certámenes ciclistas que se trasladan al tercer trimestre, uno detrás del otro sin descanso; finales de fútbol y de baloncesto que se desplegarán en un calendario "express" en verano y **muchos eventos deportivos cada día en televisión**, desde ahora y hasta final de año. Y todo **para poder satisfacer los compromisos adquiridos** con los titulares de derechos de retransmisión, los anunciantes, los suscriptores de canales de pago, las ligas profesionales y las asociaciones de deportistas. Algunas grandes citas, como la Eurocopa de fútbol o, sobre todo, los Juegos Olímpicos de Tokio, han optado por aplazar y programarse el próximo año. *¿Es una solución inteligente, o es alargar el problema un año más?*

Para algunos analistas ha quedado claro, de manera rotunda, lo que se viene diciendo desde hace algunos años: **que el deporte profesional y todo su ecosistema pueden subsistir sin el público en los campos, pero que no pueden hacerlo sin audiencia en la tele**. *¿Es cierto? ¿En qué grado sigue siendo imprescindible la asistencia a los recintos deportivos? ¿Qué seguidores son*

ahora los más importantes? ¿Los socios o los suscriptores de Pay Per View?

También hemos observado interés y presión de los principales equipos, competiciones y titulares de derechos televisivos para terminar los torneos que habían quedado paralizados en marzo. Incluso, una vez aseguradas las garantías de salud para todos, **algunos deportistas han fruncido el ceño y han manifestado reticencias antes de competir**. *¿Quién manda más? ¿Deportistas o promotores?*

Y, además, en una discusión latente desde muchos meses antes del Covid-19, estaba **el conflicto de los horarios**: si el principal mercado de audiencias televisivas se encuentra en Asia, *¿significa que acabaremos celebrando los partidos cada vez más tarde por la noche y en horarios intempestivos?*

2020 será conocido, entre otras muchas cosas, como el año en que la historia del deporte de masas, como producto social, cambió de manera definitiva. Quedan muchas preguntas sobre la mesa. No todas tienen una respuesta fácil, pero seguro que nos ayudarán la experiencia y el buen criterio de reconocidos profesionales en gestión de derechos, producción audiovisual y management deportivo.

OBJETIVO

El webinar tiene el objetivo de reflexionar sobre el nuevo modelo del deporte de masas como espectáculo que ha quedado tras la crisis causada por el Covid-19. Discutiremos sobre qué cambios han venido para quedarse y cuáles serán meramente temporales.