

Treball de Fi de Grau

Títol

L'streaming, l'alternativa a la difusió audiovisual dels esports minoritaris

Autoria

Ariadna Llop Busó

Professorat tutor

Federico Cavanillas

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	

Data

1 de juny de 2022	
29 de juliol de 2022	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	L'streaming, l'alternativa a la difusió audiovisual dels esports minoritaris		
Castellà:	El streaming, la alternativa a la difusión audiovisual de los deportes minoritarios		
Anglès:	Streaming, the alternative to the audiovisual broadcasting of minority sports		
Autoria:	Ariadna Llop Busó		
Professorat tutor:	Federico Cavanillas		
Curs:	2021/22	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Esports, esports minoritaris, streaming, mitjans de comunicació
Castellà:	Deportes, deportes minoritarios, streaming, medios de comunicación
Anglès:	Sport, minority sports, streaming, media

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	En aquest Treball de Fi de Grau s'investiga si les noves plataformes d'internet audiovisuals són l'únic canal o una nova alternativa per difondre les retransmissions esportives dels esports minoritaris.
Castellà:	En este Trabajo de Fin de Grado se investiga si las nuevas plataformas de internet audiovisuales son el único canal o una nueva alternativa para difundir las retransmisiones deportivas de los deportes minoritarios.
Anglès:	In this End of Degree work, it is investigated whether the new media Internet platforms are the only channel or a new alternative to disseminate sports broadcasts of minority sports.

ÍNDEX

1. Introducció.....	4
1.1 Presentació.....	4
1.2 Justificació del tema.....	5
1.3 Objectius.....	6
1.4 Hipòtesis.....	6
1.5 Metodologia.....	7
2. Marc teòric: plantejament del context i de la situació actual.....	9
2.1 El concepte de l'esport.....	9
2.2 El concepte "esport minoritari".....	10
2.3 Diferència entre els esports de massa i els esports minoritaris.....	13
2.4 Exemples de dos Esports minoritaris.....	15
2.4.1 Triatló.....	15
2.4.2 Cúrling.....	18
3. Anàlisi que s'ha fet fins ara de les retransmissions esportives.....	20
3.1 Evolució de les retransmissions esportives.....	20
3.2 Drets televisius.....	25
3.3 L'audiència dels esports majoritaris.....	26
4. Les noves Tecnologies.....	29
4.1 Què és una aplicació.....	29
4.2 Streaming.....	31
4.3 OTT.....	34
5. L' streaming com a solució a les retransmissió audiovisual dels esports minoritaris a escala estatal.....	36
6. Conclusions.....	52
7. Bibliografia.....	54
8. Annexes.....	59

1. INTRODUCCIÓ:

1.1 Presentació

L'esport és un dels grans atractius per al públic i una de les activitats més practicada i seguida mundialment. A Espanya, segons l'informe que va publicar el Consell Superior d'Esports l'any 2020, hi havia un total de 3.841.916 llicències distribuïdes en 66 esports diferents. En aquests, se li ha de sumar totes aquelles persones que practiquen esport de manera independent, sense disposar d'una llicència d'alguna federació esportiva; és aquella part de la població que va a córrer, que fa alguna activitat dirigida al gimnàs, que va caminar, etc. Tot això, evidencia que la pràctica esportiva en tots els seus vessants i àmbits és una activitat generalitzada a Espanya.

Una dada a destacar sobre les llicències és que, com era d'esperar, l'esport que en disposa de més és el futbol, l'esport rei a Espanya. Sempre hi ha hagut una cultura molt important per aquest esport. El futbol té molts aficionats i moltes persones que el practiquen. L'any 2020, segons les dades que ofereix el Consell Superior d'Esports, hi havia 1.074.567 llicències del total mencionat anteriorment.

Fa molt de temps que la informació esportiva només se centra en el futbol o en continguts futbolístics. Els mitjans de comunicació només tenen ulls per aquest esport perquè és el que acapara més audiència i, al final, és el que interessa als diferents mitjans o canals informatius; tenir audiència per obtenir benefici econòmic. El predomini d'aquest esport més popular reina en la premsa esportiva, una cosa indubtable, perquè els seus continguts acaparen uns percentatges altíssims en comparació amb altres esports. I això es veu reflectit dins del model de premsa de negocis; l'esport que més demanden els lectors és el que gaudirà de major espai en el mitjà.

Però, hi ha un ventall molt ampli d'esports més enllà del futbol. A Espanya hi ha grans esportistes més enllà de Lionel Messi, Cristiano Ronaldo o Pep Guardiola, com per exemple Fernando Alarza, Mario Mola o Esther Guerrero. Tots ells són esportistes que han aconseguit grans victòries i grans èxits en la seva carrera

professional. Però, practiquen esports minoritaris, uns esports que no tenen cabuda en la televisió convencional o en la informació esportiva. Actualment, el tractament informatiu de l'esport no és equitatiu, no tots reben la mateixa atenció. Són per aquests motius que els esports minoritaris busquen una finestra per mostrar-se, perquè la gent els conegui i així, poder optar a unes millors condicions. Aquesta finestra és l'streaming, el vídeo en temps real a través d'una aplicació.

Aquest Treball Fi de Grau analitza la importància que té l'streaming en els esports minoritaris i si aquest, serà el futur de les retransmissions d'aquests esports que tenen poc tractament mediàtic. Per poder resoldre les diferents hipòtesis que s'exposaran més endavant, es realitzaran diferents entrevistes a persones vinculades als esports minoritaris o en aplicacions on els retransmeten, com per exemple a La Liga.

1.2 Justificació del tema

La motivació principal per fer el treball i la recerca sobre aquesta temàtica brolla per dos motius principals. El primer, perquè estic vinculada i practico un esport minoritari: el triatló. Aquesta relació em va fer veure que m'era molt difícil poder veure els triatlons que es feien arreu del territori. No sabia en quin canal o en quina aplicació es retransmetia perquè a les televisions convencionals no es menciona aquest esport. No té un espai en el tractament informatiu. Com a aficionada d'aquesta disciplina que engloba tres modalitats diferents, no tinc l'oportunitat de seguir pels mitjans les competicions o les diferents proves que es duen a terme ni l'actualitat del triatló. A més, soc de Banyoles i quin lloc millor que practicar aquest esport. Ja us ho confirmo jo, cap.

En segon lloc, la meva passió pel periodisme esportiu ve des de molt petita. Sempre he tingut molt clar que volia dedicar-me a això, i un dels culpables d'aquesta decisió va ser l'esport. Des de sempre, he practicat tota classe de modalitats esportives diferents. Però, amb els anys i gràcies als coneixements que he obtingut a la carrera que he realitzat durant quatre anys, he vist que els esports no reben el mateix tracte en els mitjans de comunicació. És per aquest motiu que en aquest treball hi ha un plantejament crític sobre quina és la sortida dels esports minoritaris. Es vol constatar

una certesa i veure realment cap on van i com poden progressar aquestes retransmissions en streaming.

1.3 Objectius

L'objectiu principal d'aquest treball fi de grau és, principalment, per què l'streaming és una alternativa per difondre i retransmetre els esports minoritaris com el tenis taula, el triatló, futbol sala, entre d'altres. A partir d'aquest gran objectiu genèric, es troben objectius més específics com:

- Per què l'streaming és la millor opció per retransmetre en directe els esports minoritaris.

- Sobre el model de negoci, què hi guanyen aquestes apps gratuïtes si emeten els esports minoritaris.

- L'streaming és l'única opció que hi ha pels esports minoritaris perquè es puguin retransmetre en directe.

- Per què aquests esports no entren a la televisió convencional o en els vídeos de sota demanda.

1.4 Hipòtesis

Finalment, per realitzar aquesta recerca, s'han plantejat una sèrie d'hipòtesis que més endavant es veurà el resultat:

- Els diferents mitjans de comunicació a Espanya ofereixen poca informació sobre els esports minoritaris

- El futbol continua essent l'esport rei que acapara tota l'audiència i, per tant, la informació esportiva se centra en aquest.
- Els esports minoritaris no tenen cabuda a les televisions convencionals perquè no els surt a compte retransmetre'ls.
- L'streaming és la finestra dels esports minoritaris

1.5 Metodologia

La metodologia que s'ha utilitzat al marc teòric és fruit de la investigació, recerca i anàlisi de diferents pàgines webs consultades per contextualitzar la recerca que es durà a terme. Pel que fa a l'àmbit pràctic del treball, la metodologia emprada són les diferents entrevistes que s'han portat a terme a diferents experts i persones vinculades en l'àmbit dels esports minoritaris. Les persones escollides són les següents:

- Roger Brosel, responsable de continguts de la LigaSports
- Juanjo Ucha Faro, director gerent de la productora de Mediaframe, el CEO
- Davide Careglio, professor titular de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)
- Josep Solé Pareta, catedràtic d'Universitat i membre i professor del departament d'Arquitectura de Computadors de la UPC
- Francina Guardiola Flix, presidenta de la Federació Catalana de Triatló

La informació extreta d'aquestes entrevistes esdevé l'eix principal de la investigació i a partir de la qual s'extrauran les conclusions del treball.

2. MARC TEÒRIC:

2.1 El concepte de l'esport

És un fet que, en el temps actual, l'esport té una gran importància i influència social. Només cal que observem els alts indicadors d'assistència als grans esdeveniments o proves esportives, així com la gran quantitat d'estudis que analitzen el seu impacte, l'audiència del mass media i els programes i espais periodístics que se centren en l'àmbit esportiu. Cada vegada hi ha més persones que el practiquen, però també que el veu i el gaudeix a través de la televisió o de les diferents aplicacions que hi ha al mercat mediàtic.

Però, què és l'esport? Si fem la cerca de la paraula esport al navegador més utilitzat, és a dir, a Google, ens surt moltes i diferents definicions d'aquest substantiu. El seu significat real està referit a l'oci o passatemp, però és un terme que ha patit evolucions com a pràctica, activitat/exercici físic o joc, entre altres. L'Enciclopèdia de l'esport català (2012-2014), defineix l'esport com "joc, competició o activitat que requereix esforç físic i habilitat, que es practica d'acord amb unes normes establertes, per plaer o com a ocupació". Aquest terme es fa servir com a genèric, que inclouria, a més, qualsevol classe d'activitat física que algú realitza de forma voluntària per mantenir la salut o per plaer. També es pot trobar una definició més restringida, segons la qual s'entendria per esport només aquella "pràctica competitiva reglamentada i institucionalitzada, fonamentada en l'obtenció del màxim rendiment". Per tant, prenent aquesta definició com a punt de partida, els escacs, per exemple, se situarien dins del ventall esportiu, ja que, encara, molt ens dubten.

L'esport, tal com el coneixem, neix amb la societat industrial. A l'Anglaterra del segle XVIII s'inicià la introducció del sentit competitiu en els jocs físics. Els corredors, remers, boxejadors, lluitadors, etc., competien entre ells per diversió i per diners. (Posar número 1 allo petit a dalt que es de l'enciclopedia). A més, va néixer un interès a reglamentar-los per tal d'unificar criteris de pràctica i poder comparar fites.

La definitiva consolidació com a fenomen social mundial es va produir amb el projecte del francès Pierre de Frédy, baró de Coubertin, d'uns Jocs Olímpics

moderns, que es duen a terme per primer cop a Atenes l'any 1896. Això, va comportar que els anys següents l'esport s'organitzés mundialment i es consensués una única pràctica esportiva admesa per tots els estats, un únic reglament de cada esport vàlid a tot arreu.

Una altra definició d'esport que és acceptada i reconeguda és la que es recull a la Carta Europea de l'Esport (1992), del Consell d'Europa, a l'article segon:

"S'entendrà per "esport" tota mena d'activitats físiques que, mitjançant una participació, organitzada o d'un altre tipus, tinguin per finalitat l'expressió o la millora de la condició física i psíquica, el desenvolupament de les relacions socials o l'assoliment de resultats en competicions de tots els nivells".

Al llarg dels anys, han sorgit diferents i nombroses modalitats esportives i que no tenen un repartiment equitatiu arreu del món, ni en presència ni en nivell de pràctica. En el Registre d'Entitats Esportives (REE) que publica la Generalitat de Catalunya, actualitzat el gener del 2021, hi ha un total de 72 modalitats diferents i cada una d'ella engloba diferents disciplines. Un exemple seria la natació. La natació és una modalitat i dins d'aquesta, es troben les diferents variants que són: natació, waterpolo, salts, natació artística i aigües obertes. Això sí, aconseguir una definició que englobi totes les modalitats és difícil.

També, des que s'ha establert una interacció entre esport i ciència, ha permès el sorgiment de noves disciplines d'estudi o ciències aplicades com per exemple, la medicina de l'esport, l'economia de l'esport, la psicologia de l'esport i el periodisme esportiu, entre altres. En aquest últim és on volia arribar: el periodisme esportiu. A través d'aquesta disciplina, s'explicarà la diferència que sempre hi ha hagut entre un esport de massa i un esport minoritari i quina repercussió hi té el periodisme.

2.2 El concepte "esport minoritari"

Aquest Treball Final de Grau, no parlarà sobre els esports globalitzats o de massa, se centrarà en aquells esports que estan marginats per una gran part de l'interès

periodístic esportiu o dels canals mediàtics, però que els hi agradaria guanyar protagonisme.

Lluita, constància, esforç, sacrifici, però sobretot, passió, són algunes de les característiques habituals entre qualsevol esportista d'elit o professional. Però, amb una diferència. Els esportistes dels anomenats esports minoritaris se'ls suma la característica del poc reconeixement que tenen a la societat.

Centrant-nos en els esports minoritaris que hi ha a Espanya o els països culinaris són: el Triatló, l'esgrima, la natació sincronitzada, el bàdminton, el cúrling o el patinatge sobre gel, entre molts altres.

Si ara menciono en Lionel Messi, més conegut com a Messi, segur que tots sabeu qui és, sabeu a on ha jugat, li poseu cara, sabeu quin esport practica, etcètera. Però, si jo escric Mario Mola o Míriam Casillas, molts no sabreu qui són, ni a quin esport es dediquen. Ells dos són triatletes professionals, són triatletes olímpiques que van participar en els Jocs Olímpics de Tòquio 2020. No són famosos com en Messi perquè els mitjans de comunicació o els diferents canals televisius no han parlat quasi d'ells. Només se centren en el futbol, un esport de massa que aporta molta audiència. El triatló, en canvi, és un esport minoritari que no té lloc en la informació esportiva.

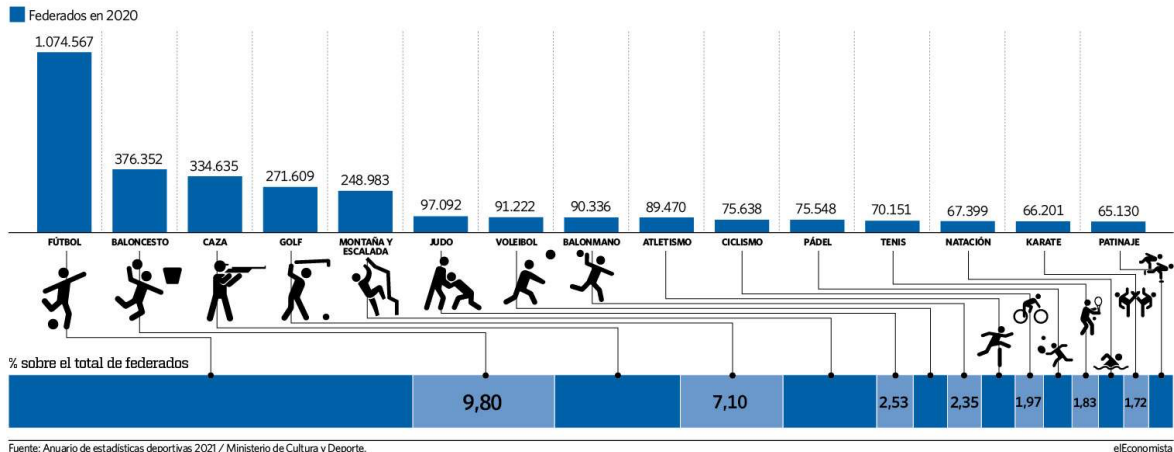
Però, què són els "esports minoritaris"? Els "esports minoritaris" mereixen tot el respecte i consideració, començant per plantejar-nos si és correcte la seva pròpia denominació. Molts de nosaltres utilitzem aquesta expressió per convencions socials, però, quina és la seva veritable definició?

Si consultem en el *Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española*, la paraula "minoritari" és un adjectiu que apareix amb dues accepcions principals: 'pertanyent o relatiu a la minoria' ('en un tot, part menor dels seus components o membres') o 'que està en minoria numèrica', és a dir, estaríem parlant d'aquells esports que són practicats per poca gent. Per tant, tenint en compte aquesta definició no podríem considerar un esport minoritari el futbol o el bàsquet. Si atenem a les estadístiques oficials d'esportistes federats que, cada any, publica el

Consell Superior d'Esports, podem veure que l'esport amb més llicències a Espanya l'any 2020 és el futbol, segons les estadístiques d'esports més practicats a Espanya que aporta cada federació.

Licencias federadas por tipo de deporte 2020

Top-15 de deportes con más federados en España



Fuente: Anuario de estadísticas deportivas 2021 / Ministerio de Cultura y Deporte.

elEconomista

Gràfic on s'observa els esports amb més federats a Espanya l'any 2020. Font: Anuari d'estadístiques esportives 2021 pel Ministeri de Cultura i Esport.

Per tant, atès el nombre d'esportistes federats, futbol, bàsquet i la caça s'emportarien el podi dels esports més populars a Espanya. Però, com és que la caça és el tercer esport amb més federats a Espanya i no la podem veure o no es televisa per la televisió convencional o tradicional? La realitat és que hi ha disciplines que compten amb un gran nombre de llicències, però no amb un seguiment massiu ni amb una gran audiència. Aquests són els esports minoritaris, els esports que estan marginats i desplaçats pels diferents mitjans de comunicació i que, pràcticament, no tenen cobertura periodística ni a la ràdio, ni a la televisió o als diaris.

Per tot això, podem afirmar que l'esport minoritari no és aquell que el practica un sector molt petit de la societat, sinó aquell que rep molt poc suport institucional, de patrocinadors i dels mitjans de comunicació, obtenint, per consegüent, una escassa repercussió social.

L'esport minoritari és considerat, en molts casos, de cara a la societat, com a aquelles activitats d'oci en les quals les persones les practiquen en el seu temps

lliure i no com el que és: esports com els majoritaris amb programes esportius d'alt nivell de gran exigència, però amb una abismal diferència econòmica, social i informativa per part dels mitjans de comunicació. La majoria dels esportistes que practiquen aquests esports minoritaris tenen problemes per poder fer créixer la seva carrera esportiva per falta de recursos econòmics, sigui per l'absència de patrocinadors o per les escasses ajudes de les institucions.

Buscant al navegador informació sobre el concepte d'esport minoritari, ens hem trobat amb un aspecte important que cal destacar. Des de fa uns anys, s'ha considerat que la paraula "minoritari" té connotacions negatives. L'any 2016, es va celebrar a Melilla les *I Jornadas de Prensa Deportiva Ciudad de Melilla* on van assistir diferents autoritats i persones de càrrecs rellevants i vinculades amb el món de l'esport. El debat es va basar a analitzar les problemàtiques que tenien els esports minoritaris, és a dir, de com donar-los visibilitat i notorietat en els mitjans de comunicació. Una de les conclusions més destacada que es va extreure consensuada per tots els professionals, va ser canviar la nomenclatura. Canviar "esports minoritaris" per "esports emergents". Aquests esports menys habituals estan fent una progressió que va en una bona direcció i que cada vegada es van fent un lloc en el món mediàtic, encara que queda molt de camí per recórrer. Els èxits que assoleixen els esportistes són continus i augmenten amb el pas dels anys. Per aquest motiu, podria considerar-se apropiada l'expressió "esports emergents", especialment en aquells on apareixen esportistes excepcionals que abans no coneixíem.

2.3 Diferència entre els esports de massa i els esports minoritaris

Per què un jugador de futbol té més fama o és més famós que un jugador de cúrling? Al final, els dos són esportistes, no? Per què hi ha tanta diferència, doncs?

El futbol, el bàsquet, el tenis o l'automobilisme són esports de massa. Per què? Doncs perquè són els que acaparen tota l'audiència. Això vol dir que, quan es difon o es retransmet una competició d'algun esport mencionat anteriorment, hi haurà milions de persones enganxades a les pantalles de les seves televisions. La societat

consumeix d'una forma massiva els productes esportius que tenim al nostre abast, sobretot a la televisió, el mitjà per excel·lència.

Els mitjans de comunicació ajuden a construir l'opinió pública. Tenen un gran poder sobre la societat. Normalment, se sol dir que els mitjans difonen el que el públic vol sentir, escoltar o llegir. Per tant, siguem sincers: la gent vol veure el futbol. El futbol és actualment l'esport més popular del món. S'estima que més de la meitat de la població mundial és seguidora d'aquest esport. I a més, és l'esport rei a Espanya. El futbol és espectacle i això, fa que quan hi ha un partit de futbol, gran part de la població se situï davant d'una pantalla per veure'l.

Els esports minoritaris atrauen un públic menor. Tenen menys espectadors, menys aficionats, menys inversió publicitària i menys audiències i interès mediàtic. Però aquests esports no són menys importants, interessants o entretinguts per ser menys comuns per a la majoria de persones. Aquests poden ser desconeguts per molts, però pot ser que siguin molt valuosos a escala nacional, o a altres països. La diferència està en el fet que no són massivament populars o coneguts.

Com he comentat anteriorment, el futbol és l'esport estrella actualment. No obstant això, existeixen molts més esports en els quals també s'han aconseguit grans èxits i no es recalquen com en el futbol o simplement ni són nomenats en els informatius diaris. Cada cap de setmana al nostre país s'obtenen grans trofeus i medalles, però la majoria de la societat no s'assabenta perquè no tenen repercussió, no arriben a les nostres televisions. Aquest desconeixement de certs esports és pel fet que els mitjans de comunicació no els mostren en la mateixa mesura que altres esports. Per exemplificar, sempre es dona més importància als futbolistes. Si en Lionel Messi, exjugador del Futbol Club Barcelona i actual jugador del Paris Saint-Germain Football Club, es compra una casa i al mateix dia en Mario Mola, triatleta, es proclama campió de la Copa del Món de triatló, abans s'informarà del futbolista que del triatleta. És un exemple que mostra la realitat que vivim a nivell mediàtic.

Actualment, l'esport de massa és denominat esport d'espectacle. Aquest esport és aquell que és capaç de despertar un gran interès en la societat i en els mitjans de comunicació, i d'aglomerar a milers d'espectadors a les pantalles de les televisions

per poder-lo presenciar. L'esport que han anat cobrant la màxima rellevància, i cada vegada més es reforça el consum de masses d'una gran varietat de productes esportius i també al mateix que els espectacles de caràcter esportiu, especialment en la televisió, són els protagonistes. Segons un estudi que va fer el *Consejo Superior de Deportes*, aquest és un consum que es pot entendre com un servei i com a satisfacció d'aspiracions, com a relaxació i diversió, com a esdeveniment i aventura, i com a presentació d'un mateix, d'acceptació i prestigi. Des d'aquesta perspectiva teòrica, un producte de consum significa a més, que és beneficiós econòmicament, objecte d'interessos econòmics, comercialment atractiu i amb capacitat per competir en mercats dinàmics. Per tant, sembla evident que l'esport cada vegada es va desenvolupant com un producte de consum d'acord amb les característiques citades anteriorment.

2.4 Dos exemples d'esport minoritari

2.4.1 Triatló



Hi ha molts esports minoritaris al món, de fet, és molt difícil conèixer tots els esports que existeixen. En aquest treball us explicaré i mostraré dos exemples d'aquests esports. Però, anem pas per pas. Primer, exposaré el triatló. I segurament pensareu: per què has escollit el triatló? Doncs la resposta és molt senzilla. Perquè soc triatleta i visc a Banyoles, la ciutat que va ser denominada Vila Europea de l'Esport l'any 2015 i és l'únic municipi català que té aquest distintiu, perquè sempre ha apostat per l'esport integrador. És un entorn idíl·lic per poder gaudir de qualsevol esport, però sobretot del triatló. “La ciutat de Banyoles i la comarca acullen des de fa prop de 30 anys proves de la Federació Catalana com el Duatló Olímpic de carretera, el Triatló Internacional B i el Triatló Olímpic de Catalunya. També acull competicions d'àmbit internacional com proves de la copa d'Europa ITU o Copes de Món i proves populars com el Triatló popular per relleus o el triatló infantil”, declara el Club Natació Banyoles. L'Estany, el més gran de Catalunya, és una immensa piscina on els triatletes es poden entrenar sobretot quan arriba el bon temps. També hi ha carreteres inacabables per entrenar la bicicleta i, per poder córrer, tothom fa la "mítica" volta a l'Estany que té un total de 6,1 quilòmetres.

Què és el triatló? Segons el Gran Diccionari de la llengua catalana, defineix el triatló com: "*competició esportiva que combina la natació, el ciclisme en ruta i la cursa atlètica*". En aquesta definició, però li falten molts elements que caracteritzen el Triatló. És un esport de resistència que consta de les tres disciplines mencionades anteriorment, que estan unides, és a dir, que durant la prova esportiva, no es realitza cap pausa entremig. El fragment que uneix les tres disciplines es denomina "transició", amb vocabulari triatleta, són la T1 i la T2. Podríem afirmar que les transicions són la quarta disciplina que engloba el triatló.

L'ordre de les disciplines sempre és el mateix, és a dir, sempre s'executa primer el tram de la natació, seguidament el ciclisme i la prova finalitza amb la cursa a peu, i encara que existeixen aquestes "transicions", el rellotge ni els atletes no es paren fins al final de la competició.



Representació gràfica sobre com és una prova de triatló. Font: Universitri

El "triatló convencional" es realitza durant l'època d'estiu, però els triatletes durant la resta de l'any també competeixen, perquè dins del mateix esport del triatló, existeixen diferents modalitats que permeten practicar l'esport en les temporades d'hivern.

Les modalitats més típiques del triatló són: Aquatló, duatló de carretera, duatló de muntanya i para triatló. Per resumir, un aquatló és quan l'esportista només fa un tram de natació de 1000 metres i la cursa a peu de cinc quilòmetres, per tant, la diferència que hi ha és que no hi ha el tram de ciclisme. Un duatló, en canvi,

s'elimina la natació i se substitueix per la cursa a peu, és a dir, l'atleta començarà corrents, seguirà amb el tram de ciclisme i finalitzarà la prova, una altra vegada, amb la cursa a peu. Segurament us preguntareu, i quina diferència hi ha entre un duatló de muntanya i un duatló de carretera? Molt senzill, en un duatló de carretera es corre i es pedaleja en asfalt i en un duatló de muntanya es corre la cursa a peu en un entorn de muntanya, conegut com a "trail", i la bicicleta és la coneguda "BTT".

Dins d'aquestes diferents disciplines, hi ha diferents distàncies. Cada triatleta escull la distància que més li agrada o que se sent més còmode per poder finalitzar la prova i, d'aquesta manera, obtenir bons resultats. Les distàncies més habituals que es pot enfrontar un triatleta són: super esprint, esprint, olímpic, mitja distància (Half) i llarga distància (IRONMAN).

	NATACIÓ	CICLISME	CURSA A PEU
SUPER SPRINT	300 metres	10 quilòmetres	2,5 quilòmetres
SPRINT	750 metres	20 quilòmetres	5 quilòmetres
OLÍMPIC	1,5 quilòmetres	40 quilòmetres	10 quilòmetres
MITJA DISTÀNCIA	1,9 quilòmetres	90 quilòmetres	21 quilòmetres
LLARGA DISTÀNCIA	3,8 quilòmetres	180 quilòmetres	42 quilòmetres

Taula sobre les diferents distàncies que hi ha en el triatló. Font pròpia.

El triatló és un esport principalment individual, però també es pot convertir en un esport col·lectiu. De fet, algunes proves esportives, el seu reglament obliga a realitzar-les en equip. Tots els atletes, màxim sis i mínim quatre en el cas de Catalunya, surten de la mateixa línia i han de dur a terme el mateix circuit i distància, tenint una bona tècnica i tàctica, però sobretot una molt bona comunicació durant la cursa, ja que han d'anar sempre junts. Tot això, fa que el triatló sigui un esport molt dinàmic i que es pugui practicar a qualsevol època de l'any. Poques disciplines esportives són tan exigents i completes com el triatló. Probablement, això és el que inspira a les persones a inscriure's en les diferents proves que se celebren dins del territori nacional. M'atreviria a afirmar que el triatló és el "rei dels esports" i no només per la seva exigència física, sinó per la seva implicació personal.

La plataforma de streaming Esport Plus va publicar, a la seva pàgina web, un resum de la història del triatló a Catalunya. Afirmar que un dels fets que va marcar l'inici d'aquest esport a Catalunya va ser el primer triatló celebrat a Banyoles el 21 de setembre de 1986, organitzat pel Patronat Banyolí de l'Esport i la Comissió Marató Catalunya. Un any després, el 28 de setembre de 1987, el triatló català va viure un altre gran èxit amb el I Triatló Internacional de Barcelona. Aquest primer triatló a la ciutat comtal va ser impulsat pel Club Natació Barcelona, una de les entitats que inicialment més es va implicar en aquest nou esport que sorgia a Catalunya.

Un altre dels fets que més ha marcat la història del triatló a Catalunya fou el naixement del Comitè Català del Triatló, fundat l'any 1988 en motiu de l'organització del I Circuit Català de Triatló amb proves a Banyoles, Cambrils, Barcelona i Palafrugell. Avui dia, la Federació Catalana de Triatló és l'organisme que dirigeix i impulsa tota l'activitat esportiva del triatló català i que forma part de la Unió de Federacions Esportives de Catalunya (UFEC).

2.4.2 Cúrling:



Una escombra per a escombrar el gel, una pedra de 20 kg per llançar i unes sabates per a agafar i per lliscar; això és tot el que necessita el cúrling. És un esport que té lloc en els Jocs Olímpics d'hivern, des de ja quasi cent anys, que se celebren cada quatre anys a una ciutat diferent. La primera vegada que es va veure una competició d'aquest esport va ser l'any 1924, quan es van celebrar a la comuna francesa de Chamonix.

Igual que el triatló, el cúrling és un esport que no és tan conegut per tot el món, però té les seves característiques i particularitats. Això sí, la millor forma de resumir el seu funcionament és veure-ho com una petanca, però sobre gel.



Partit de cúrling en el Jocs Olímpics d'Hivern a Beijing l'any 2022. Font: Olympics.com

Comença el partit. Sobre la pista juguen dos equips amb quatre esportistes cada un i cada un d'ells ha de llançar vuit pedres que pesen vint quilos a cada una de les deu sèries que hi ha. Però, a la pista no només estan els jugadors, sinó que també hi ha una diana dibuixada que hi hauran d'aconseguir arribar amb els seus llançaments. Com passa amb la petanca, l'objectiu és que la pedra, que té la funció d'una bola, quedi el més a prop possible de la diana i quan un dels dos equips assoleixi apropar-se al màxim, és qui s'emportarà el punt. Al mateix temps, els jugadors hauran d'intentar allunyar les pedres de l'equip contrari de la diana. El partit es disputa al llarg de deu sèries i qui més punts acumuli en més series, guanya.

Cada equip està compost per quatre jugadors: el primer o "lead", el segon o "second", el tercer o "vice skip", i el quart o "skip". Estan ordenats segons l'ordre en què llancen les pedres, i s'alternen per a escombrar davant les que llancen els seus companys. L'estratègia dels llançaments és triada pel 'skip', que és el capità de l'equip. Tots dos equips s'alternen per a llançar les pedres.

La dificultat d'aquest esport, però no només es troba en la punteria, sinó també en l'estratègia per fer que l'equip contrari tinguin les pedres més allunyades del centre de la diana. El llançador llança i els altres jugadors escombren el terra de la pista i

d'aquesta manera, augmenten o disminueixen la velocitat de la pedra per tal de situar-la en la millor posició possible. L'equip rival només podrà intentar treure'ls la pedra quan aquests arribin a l'anomenada "Tee line".

3. Anàlisi que s'ha fet fins ara de les retransmissions esportives

3.1 Evolució de les retransmissions esportives per a la televisió.

Mirant cap endarrere en el temps, és evident que l'evolució dels esports en els últims anys està directament vinculada amb els canvis que s'han produït en el mitjà televisiu i en les tecnologies sobre les quals se sustenta. Però no oblidem que la transformació tecnològica de la televisió s'ha produït de la mà dels esdeveniments esportius. La major part de les noves tecnologies aplicades al mitjà televisiu van ser experimentades per primera vegada en una retransmissió esportiva.

Des dels orígens de la televisió, les retransmissions s'han convertit en productes essencials en la conformació del mitjà i solen oferir-se en directe. La definició de retransmissió des d'una perspectiva tècnica contempla el procés de reexpedició a l'audiència, de manera gairebé simultània als fets, del material audiovisual captat per equips tècnics i humans desplaçats a l'espai en el qual té lloc l'esdeveniment per a informar de manera periodística d'allò que succeeix. En el cas de les retransmissions esportives, aquesta circumstància aporta un grau d'incertesa afegida, ja que la simultaneïtat de la retransmissió i del desenvolupament de l'esdeveniment provoca que no es conegui el resultat o desenllaç de la competició fins que aquesta no finalitza.

Les retransmissions esportives en televisió són esdeveniments que tenen lloc fora de les instal·lacions dels centres de producció de programes, però que són emesos per la cadena televisiva a través de la cobertura d'una unitat mòbil. Les primeres retransmissions de partits de futbol a Espanya es van dur a terme amb tres càmeres, un locutor i es trobaven en el terreny de joc. Des de llavors, l'evolució en la planificació d'aquests esdeveniments esportius ha estat marcada per la incorporació de les noves tecnologies.

En un principi, les televisions públiques, com a servei públic que ofereixen, donaven el partit de la Selecció Espanyola. Els partits de la selecció espanyola, exceptuant si eren mundials, els partits amistosos i els partits de classificació ho solien donar les televisions públiques, és a dir, televisió en obert. Tot i que, actualment, Mediaset s'ha quedat amb els mundials i també amb alguns partits importants. Per tant, les proves esportives només es retransmetien pels canals públics.

El primer gran esdeveniment esportiu emès en les pantalles espanyoles va ser, com no podia ser d'una altra manera, la retransmissió d'un partit de futbol. La trobada, que va ser filmat i emès amb posterioritat, va tenir com a protagonistes al Reial Madrid C.F. i el Racing de Santander l'any 1954.

Des dels orígens de la televisió a Espanya i durant el període de monopoli de la cadena TVE, el futbol es va alçar com l'esport de referència del mitjà televisiu. Amb l'arribada de les emissores autonòmiques i privades, aquesta tendència es va diversificar. La presència del futbol es consolidava en les cadenes autonòmiques. S'aposta per aquest esport com a principal contingut de la seva oferta; en les televisions privades, el principal reclam es materialitzava en les retransmissions esportives convertides en gran espectacle i el futbol ocupava la posició més destacada.



Formació inicial del Racing en el primer partit televisat a Espanya, l'any 1954. Font: diari ABC

Quan va començar a arribar la publicitat, es van començar a comprar els drets. Per exemple, els drets de televisió de futbol, primer els va comprar Canal +. Fins a l'arribada de Canal + els drets del futbol pertanyien a les autonòmiques, en el cas de la Liga, i a Televisió Espanyola en les altres competicions. Més endavant els va guanyar Mediapro, que Mediapro té el seu canal en obert a Gol Televisió. Ara, però, els ha venut al millor postor, el que ofereix la suma més alta en una subhasta. I en aquest cas, els ha venut a Televisió Espanyola (RTVE). Una dada a destacar és que els Governos obliguen que els partits més transcendents de la selecció espanyola els puguin veure tots els espanyols. Això es diu interès general i està legislat a la llei de 21/1997, de 3 de juliol, reguladora de les Emissions i Retransmissions de Competicions i Esdeveniments Esportius. És a dir, el Mundial de Brasil, per exemple, tots els drets se'ls va quedar una televisió de pagament. Però, els partits de la selecció espanyola i els quarts de final del mundial, ja estaven compartits amb Televisió Espanyola, és a dir, una televisió en obert, perquè eren partits rellevants i que, per tant, es considerava que tots els espanyols tenien el dret de veure aquests partits. Actualment, tanmateix, en molts casos, els mundials de futbol es fan en televisions en obert, sigui una televisió pública o privada.

Un cas recent són els Jocs Olímpics d'hivern. No se'ls va quedar Telecinco, perquè no hi havia gaires espanyols competint en aquests Jocs, no hi va haver cap equip d'hoquei gel, per exemple. Sí que hi havia un patinador espanyol, Carlos però per només transmetre el concurs d'aquest patinador en aquests jocs, no sortia a compte pagar els drets televisius sobre aquesta prova esportiva. Bàsicament que no li interessava. Per l'altra banda, Televisió Espanyola sí que està obligada a retransmetre els Jocs Olímpics d'hivern, perquè té i ofereix un servei públic.

Les televisions privades mai han mostrat interès pels Jocs Olímpics. Primer, perquè, excepte determinades competicions, la seva audiència no és elevada. Segon, perquè previsiblement se celebraran a l'agost, és a dir, que és el mes de l'any amb un menor interès comercial en televisió. I, tercer, perquè les grans cites dels JJOO de Tòquio s'emetran a Espanya en horari de demà, que no és el prioritari en la configuració de la graella de programació.

Arran de la diversificació dels mitjans de comunicació i del preu, cada vegada més alt, de la venda dels drets, va començar a sorgir Internet. La realització de les retransmissions esportives ha evolucionat fins a oferir un espectacle esportiu assegut en el desbordament de la tecnologia.

El futbol és, com ja he mencionat anteriorment, l'esport més consumit a Espanya, sent a més l'esport rei. Un esport que porta sent retransmès per televisió i per ràdio des de la primera meitat del segle XX, concretament l'any 1927, quan a Anglaterra es va retransmetre per primera vegada un partit de futbol a través de l'emissora britànica BBC.

A Espanya, particularment, el primer canal de televisió a retransmetre un partit de futbol en directe va ser RTVE l'any 1958. Més endavant, els canals autonòmics van tenir també com a reclam un partit de futbol, així com Antena 3 i Telecinco. L'any 1990 es va implementar a Espanya el futbol de pagament, sent Canal+ el primer canal a emetre el futbol codificat. Més endavant, en el 1997, van aparèixer Via Digital i Canal Satèl·lit Digital. L'any 2005 va néixer Cuatro per a oferir el futbol en obert i, a l'any següent, va néixer La Sexta. Actualment, es troben des de l'any 2007 Telefònica i Mediapro gaudint dels drets audiovisuals dels tornejos futbolístics, tant en l'àmbit nacional com en l'àmbit internacional.

A més, la tecnologia és com un tren amb infinitat de vagons al qual tard o d'hora has de pujar si no vols quedar-te plantat en l'estació. Els esdeveniments esportius són els que, actualment, gaudeixen de la màxima tecnologia, és a dir, és el sector privilegiat pel que fa a l'àmbit tecnològic. L'esport és el primer a provar les noves eines que surten al mercat per poder de millorar la qualitat i per poder produir i retransmetre una prova esportiva amb els millors productes.

Un clar exemple és la implantació de les noves càmeres adaptades a les diferents modalitats esportives a fi d'aconseguir nous i impactants punts de vista per al teleespectador, a més d'optimitzar la realització televisiva. Alguns exemples que il·lustren aquest aspecte són l'ús de càmeres situades darrere dels taulers de les cistelles en els partits de bàsquet; els plans subjectius que ofereixen les càmeres "on board" situades en els monoplaques de la Fórmula 1; les imatges registrades des

d'un helicòpter durant una etapa ciclista; la utilització de cambres aquàtiques en les competicions aquàtiques, entre molts altres.¹

La popularització de l'accés a les tecnologies ha permès que, milions de persones puguin assistir a un espectacle esportiu, sense importar si es troben a l'altre costat del planeta. Diversos anys més tard, es va disparar la globalització gràcies a l'accés a Internet. Avui en dia, és possible que una persona, des de qualsevol punt de la Terra, participi i interactui en temps real amb altres usuaris i empreses. Mentre un esdeveniment es transmet en directe, els espectadors poden comentar-lo lliurement, intercanviar opinions i fins i tot, criticar la transmissió.

Com podem aplicar això als esports minoritaris? En el cas de la natació, per exemple, si no és un mundial important, els seguidors d'aquest esport no la poden veure, no es poden veure les competicions que es realitzen si no són transcendents. Amb gimnàstica passa exactament el mateix. A més, aquests dos esports que he mencionat, només els veurem a Televisió espanyola, la televisió oberta pels espanyols, perquè el canal Telecinco, considera que el mundial de gimnàstica no aporta cap classe d'ingrés, que no aporta diners i, per tant, no l'emetrà. En canvi, Televisió Espanyola, com que rep molts diners dels impostos dels espanyols, està obligada a donar aquest servei, perquè les televisions públiques, donen un servei públic. Sí que és possible que algun dia en concret Telecinco emeti un mundial de triatló o de natació, però només si se celebra a alguna ciutat o comunitat d'Espanya, perquè això sí que els interessarà. Però sinó, com que no té un servei públic, no està obligada a emetre-ho.

Per tant, com a conclusió, només les televisions públiques han donat cobertura a aquests esports minoritaris, però sempre en competicions de gran abast, mundials o en proves esportives on participin atletes espanyols. I, com a resultat, els campionats locals o nacionals, no es retransmeten per a la televisió convencional i lineal.

¹ Fragment extret de l'article de Roger, V. (2015). *La evolución de las retransmisiones deportivas en televisión a través de las nuevas tecnologías: el fútbol como paradigma en España*. Recuperat de <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12913/13286>

3.2 Drets televisius

Els drets audiovisuals tenen una extensa regulació actual, però primer hem d'observar com ha sigut aplicada l'evolució normativa. És innegable que, avui dia, l'esport és un dels sectors d'activitat econòmica més importants, sobretot si es parla des de la perspectiva de la comunicació audiovisual i és molt difícil pensar en models televisius que no tinguin en compte aquest sector.

A Espanya, l'esport es consumeix des de principis del segle XX, quan la caça era l'esport principal a escala nacional. Actualment, el panorama esportiu ha canviat completament. Ara, ja no és la caça el principal esport, el lloc li ha pres el futbol. És l'esport que més es consumeix tant en la pràctica del mateix com en la seva visualització a través de diferents plataformes, com serien la televisió, la ràdio i també l'Internet.

Perquè els ciutadans el puguem visualitzar, el que es fa és realitzar un repartiment de cada esdeveniment esportiu. Aquest repartiment es fa mitjançant una subhasta entre les diferents operadores que licitin per aquests drets i, perquè es porti a cap el repartiment de manera justa, s'estableixen diferents fonts normatives que regulin el repartiment dels drets audiovisuals. Bàsicament, sabent això, podríem afirmar que un dret televisiu és l'exclusivitat de l'emissió dels partits d'una competició esportiva a canvi d'una suma de diners. És un acord entre els mitjans de comunicació i l'empresa que organitza l'esdeveniment esportiu. Les cadenes de televisió, quan compren aquests drets, perden una quantitat considerable de diners, però que després la recuperen a través de la publicitat, les subscripcions i l'audiència. A més, és necessari puntualitzar que els drets televisius en l'esport solen estar a disposició, ja bé de pocs operadors o, en molts casos, en mans d'un monopoli.

Segons la pàgina web de Sportslaw, la regulació dels drets audiovisuals en el futbol espanyol es troba, principalment, en els Articles 19.1 i 19.2 de la Llei General de Comunicació Audiovisual (Llei 7/2010), que és la llei on es regulen tots els aspectes del mercat televisiu. En aquest article s'estableixen els drets dels prestadors del servei de comunicació, el dret a contractar continguts audiovisuals per a la seva emissió en obert o codificat i la potestat de decidir sobre l'horari sense perjudici de la

normativa esportiva professional. A més, en aquest es regula la compravenda de drets exclusius en les competicions futbolístiques regulars.

Amb anterioritat a la Llei General de Comunicació Audiovisual, ens trobem amb la Llei 21/1997 d'Emissions de Retransmissions de Competicions i Esdeveniments Esportius, l'anomenada "Llei Cascos", que estableix l'obligació d'emetre un partit en obert, reconeixent-se a més el dret a l'emissió de breus resums informatius.

Partint d'aquesta base, la importància social de les retransmissions audiovisuals dels esdeveniments esportius d'especial rellevància que són dotats d'un indubtable interès públic, exigeix garantir els drets dels consumidors a accedir a les retransmissions.

Els drets audiovisuals en el futbol generen grans ingressos als clubs, de la mateixa forma que el generen les taquilles dels partits i el marxandatge. La seva implementació va ser obra de Peter Kenyon, antic directiu del Manchester United, que va ser pioner en implementar els ingressos per drets audiovisuals per a convertir-los en el tercer pilar del pressupost del club.

3.3 L'audiència dels esports majoritaris

La televisió s'ha convertit en el mitjà per excel·lència a l'hora de difondre els esports, normalment esports majoritaris. Les retransmissions esportives pràcticament acaparen el rànquing d'audiència dels programes més vistos mundialment, i la televisió és l'aparador més gran del gegantí mercat mundial que conforma l'esport.

Kantar Media, l'empresa líder mundial en anàlisi de dades i consultoria de marques, va publicar, exactament el 5 de març de 2021, una notícia que el titular deia així: "El tennis, la F1 i el bàsquet, els esports més seguits a Espanya després del futbol". Kantar publica Global SportScope, un estudi únic que ofereix una visió completa de la indústria esportiva i el comportament dels seguidors de l'esport en 41 països del món, en el nostre cas, ens centrarem en Espanya. Com hem pogut llegir en el titular anterior, observem que, sense cap classe de dubte, el futbol és l'esport rei del nostre territori, i de moment, cap esport té previst fer-lo baixar de categoria.



Fotografia de l'estadi històric Vicente Calderón on l'Atlètic de Madrid hi va jugar fins el 20 de març de 2019, aquesta data va començar la seva demolició. Font: Kantar Media.

Entre la població adulta, gairebé la meitat (46,4%) admet seguir el tennis, per davant de la Fórmula 1 i el bàsquet (37,8% cadascun), el ciclisme (30,2%) i Moto GP (28,8%), segons detalla Kantar. No obstant això, el futbol regna entre els aficionats a l'esport, que segueixen l'evolució de les competicions a través de la televisió i també, com a nota singular, de la ràdio, superant al mòbil al contrari del que succeeix en la resta del món. Aquest estudi no només ens dona dades de quin és l'esport que més es veu, també ens informa sobre quin és el dispositiu per excel·lència.

En concret, mentre que els futbolers fora de les nostres fronteres prefereixen el telèfon intel·ligent a la ràdio (40% enfront del 18%), a Espanya el transistor segueix fort encara amb les noves generacions més digitals, de tal forma que és emprat pel 29% de l'audiència enfront del 26% de l'altre.

Espanya exhibeix així una arrelada cultura radiofònica encara sent un país de "early adopters" en el qual hi ha més mòbils que persones (53,4 milions de línies, segons

la CNMC, enfront dels 47 milions d'habitants), arran de l'influx que formats com els carrusels esportius i els programes nocturns han anat deixant en les diferents generacions d'espanyols. Aquesta és una de les principals diferències que ressalta aquest estudi, i que conclou que, per darrere de la ràdio i el telèfon intel·ligent, els aficionats del futbol prefereixen el PC per a seguir els partits i la informació dels seus equips (23%), els periòdics (22%) i finalment, la tauleta, tan sols emprada per un 10%. (Numero petit i posar la pàgina web de Kantar).

Aquesta informació que ofereix Kantar Media és molt important per a les marques i els anunciants, perquè necessiten situar els seus missatges just on està l'audiència. Tenir una imatge completa del comportament dels fans de l'esport permet portar els missatges on ells estan, i com podem comprovar, estan a tot arreu, perquè ens movem en una societat multipantalla i multidispositiu, que igual que agafa el mòbil per a mirar els resultats, escolta en la ràdio la tertúlia de futbol o mira els partits en temps real en televisió.

Si retrocedim set anys en el temps, és a dir, l'any 2015, l'empresa Media Team & Communication, va fer un informe sobre una comparativa d'esports amb més seguiment a la televisió a Espanya amb les dades de l'empresa Kantar Media.

	MILES ACUMULADOS (000)	% SOBRE EL TOTAL MILES
1 FUTBOL	315.087	55,1%
2 AUTOMOVILISMO	44.845	7,8%
3 BALONCESTO	40.888	7,1%
4 MOTOCICLISMO VELOCIDAD	40.213	7,0%
5 TENIS	38.629	6,8%
6 CICLISMO	20.692	3,6%
7 OTROS	17.451	3,1%
8 BALONMANO	14.240	2,5%
9 PELOTA/FRONTON	12.791	2,2%
10 FUTBOL SALA	8.491	1,5%
11 ATLETISMO	4.037	0,7%
12 PATINAJE	2.787	0,5%
13 VOLEIBOL	1.845	0,3%
14 HOCKEY	1.499	0,3%
15 NATACIÓN	1.495	0,3%
16 GIMNASIA	1.291	0,2%
17 WATERPOLO	797	0,1%
18 DEPORTE REGIONAL	748	0,1%
19 RUGBY	732	0,1%
20 ECUESTRE	686	0,1%
21 MOTOCICLISMO OTROS	675	0,1%
22 ARTES MARCIALES	626	0,1%
23 ESQUÍ	504	0,1%
24 BOXEO	322	0,1%
25 GOLF	315	0,1%

Taula que mostra els esports més visualitzats l'any 2015. Font: Kantar Media.

En aquesta taula, podem observar que, ja des de l'any 2015, el futbol ja havia obert una gran escletxa, ja s'havia convertit en l'esport que liderava les audiències. Actualment, encara es fa més evident: el futbol continua sent l'esport amb major seguiment en la televisió espanyola, com era d'esperar.

4. Les noves Tecnologies

4.1 Què és una aplicació

Molts de nosaltres disposem d'un ventall molt ampli d'aplicacions instal·lades als nostres "smartphones", però, sabem què és una aplicació i com funciona?

Es va entrevistar a dos experts de l'àmbit informàtic; Davide Careglio, professor titular de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) i en Josep Solé Pareta, catedràtic d'Universitat i membre i professor del departament d'Arquitectura de Computadors de la UPC.

Segons Davide Careglio, una aplicació és un programa informàtic que crea una instància dins d'algun dispositiu com el mòbil, la televisió, la tauleta, etc. que el que fa és "parlar" amb els protocols de drets per poder enviar i rebre paquets. Sobre aquests paquets, Careglio va comentar que aquests paquets es poden trametre a través de la xarxa sense fil, tant per wifi, com per antena a través del 4G o 5G, o cablejada si estàs connectat a Internet amb el típic cable. En Josep Solé, ho va resumir d'aquesta manera: *"una aplicació són dos programes: un que corre amb el que seria el servidor i un altre que corre en el receptor."*

En el model clàssic i tradicional, hi ha un client que és l'usuari que li ofereixes un servei i aquest servei l'executa una altra màquina que s'anomena servidor. Aquest, et llança aquest servei, seguidament, l'usuari es connecta a aquest servidor per assumir i poder gaudir d'aquest servei. Són dos programes, un que corre el servidor i l'altre al client, i es comuniquen entre ells amb l'objectiu de passar imatges, veu, dades, etc. I a sota d'aquesta aplicació hi ha tot un suport per transportar aquestes dades. Nosaltres, com a usuaris o clients, no veiem aquest suport, però ells destaquen que sí que hi és, perquè sinó no es podria utilitzar l'aplicació.

En Josep Solé explica un exemple fàcil d'entendre i ho realitza a través d'una comparació. Quan anem a un bar i demanem una cervesa, el cambrer te la serveix i quan la tens a la taula ens la bevem. La gaudim, però no sabem tot el procediment que hi ha hagut perquè aquella cervesa arribés a nosaltres, és a dir, no sabem com s'ha fet ni com s'ha transportat de la fàbrica al bar. Doncs, això és una aplicació.

A nivell més tècnic, segons en Davide Careglio, una aplicació també es pot explicar a través del "Peer to Peer". En Davide, detalla que aquest concepte, el "Peer to Peer", vol dir entre iguals, per tant, significa que tots poden ser client i al mateix moment poden ser servidors. És la forma en la qual, en lloc de donar-li el servei que hi ha a una màquina, aquest servei es rep a través de múltiples màquines que a la vegada són clients. És a dir, en lloc de tenir una comunicació una a una, hi ha un servidor que envia paquets i el client els rep. Reprenem l'exemple de la cervesa d'en Josep Solé: és com si la cervesa que et serveixen a un bar no te la serveix una persona, sinó que hi ha 5 cambrers que a la vegada t'omplen el got. Si em serveix només una persona, aquesta persona, en aquest cas el cambrer, només em servirà a mi i a ningú més. I a més, depèn de la seva velocitat; si en lloc de què una persona m'ompli el vas, me l'emplenen 5 o 6 a la vegada, el servei serà molt més ràpid.

Una de les preguntes que també es van fer durant l'entrevista va ser on troben aquestes aplicacions el rendiment econòmic. En Davide Careglio explica que depèn de si es parla d'empreses com La Liga o d'una persona individual. En el cas d'una empresa de les dimensions de La Liga, el rendiment econòmic li ve de les subscripcions. Per exemple, si un usuari vol veure els partits que emet La Liga, d'ahurà de subscriure's per poder-los veure sencers. El mateix sistema l'utilitza Netflix, una plataforma en línia, que a través d'aquesta, distribueix continguts audiovisuals com pel·lícules, sèries, documental, entre altres. Si un usuari vol visualitzar una pel·lícula, haurà de pagar una subscripció per poder accedir als continguts. Per l'altra banda, si parlem d'una persona individual que, per exemple, vol crear contingut a través de YouTube, els diners els obté dels subscriptors, de les visualitzacions i de la publicitat.

En Josep Solé ho exemplifica amb un cas sobre la carrera que he impartit durant quatre anys i va realitzar la pregunta següent: "Per què tenen rendiment econòmic els diaris?". Doncs perquè venen exemplars cada dia, posen propaganda a les pàgines i anuncis entremig dels articles i de les subscripcions dels lectors.

4.2 Streaming

La pandèmia de la COVID-19 ha situat a l'streaming en el centre del nostre entreteniment. I pot ser que només sigui el començament. La societat, cada vegada més, escull les plataformes en línia o aplicacions en línia i va deixant de banda la televisió convencional. Aquestes plataformes permeten a l'usuari seleccionar què vol veure, on ho vol veure i quan ho vol veure.

Abans de tot, però, hem de saber quin és el significat d'streaming. A grans trets, el concepte de streaming es refereix a qualsevol contingut de mitjans, sigui en viu o gravat, que es pot gaudir en ordinadors i aparells mòbils a través d'Internet i en temps real. Aquesta definició és extreta d'una pàgina web que es trobar quan s'investigava sobre aquest concepte. És una definició poc concreta, i per aquest motiu es va preguntar als dos experts de la UPC, què era l'streaming, és a dir, com el definirien ells. "L'streaming és un flux continu de paquets que es van generant a temps real que tenen la mateixa mida i que, a més a més, mantenen una relació entre ells", defineix Careglio. En l'streaming, a priori no saps quants paquets s'enviaran perquè quan es vol transmetre alguns elements, aquest, es converteix en un paquet petit i s'envia un darrere l'altra.

En Josep Solé, professor de la UPC, comentar que quan ell ho explica a classe defineix l'streaming de la següent manera. Detalla que quan en Davide parla de paquets, parla dels paquets que envia internet, però hi ha dues classes diferents. Des del punt de vista d'una aplicació, els dos programes que es comuniquen per enviar fitxers informàtics, les dades es divideixen en trossos i es posen en paquets que aniran a la xarxa. En canvi, l'streaming, els dos programes mencionats anteriorment que es comuniquen per trametre fitxers informàtics, es remetent igualment els paquets, és a dir, el format és el mateix. El que canvia és que entre ells no s'envien trossos de dades, sinó que s'envien freqüències de bits (bytes, en

anglès) un darrere l'altra, perquè tot allò que surt de la càmera o el micròfon, s'envia bit per bit. En l'streaming els paquets es van muntant a mesura que surt la freqüència de bit. Per tant, l'streaming no trosseja la informació.

“Quan parlem d’streaming és una forma de transportar dades i perquè els dos programes informàtics es puguin comunicar entre ells, és realitzar-ho a través de la seqüència de bit d’un darrere l’altra, controlada perquè es pugui mirar de tenir una qualitat de servei adequada.”

-Josep Solé-

En la reproducció en línia, sinònim d'streaming, la informació que es genera s'envia a la xarxa. Quan aquesta informació emplena el primer paquet, es llança i després s'espera que el segon paquet estigui ple per tornar-lo a llançar. En una pàgina web, des d'un principi, ja se sap la mida del text, de les imatges, dels títols, etc. perquè aquesta informació està guardada al disc del servidor, és a dir, ja està preparat. En l'streaming no passa això. En Davide afegeix que la informació es va creant "in the fly", és a dir, al mateix moment, i després es tramet. Per tant, a l'streaming no es guarda mai la informació; una persona va visualitzant allò que li arriba al mateix moment. Com s'ha mencionat anteriorment sobre les pàgines web, en aquestes, com que tot ja està creat, es podrà visualitzar tot el contingut quan la pàgina es carregui.

Les pàgines web, segons Careglio, funcionen amb un protocol que és l'HTTP (*Protocol de transferència d'hipertext*), però aquest és molt lent. No està pensat per l'streaming perquè cada vegada que un usuari rep, com pot ser un vídeo, un àudio, entre d'altres, el seu ordinador o dispositiu ha de contestar al servidor que ho està rebent tot correctament. A cada un dels paquets que es formen, s'ha de donar la verificació que s'estan rebent. Imaginem-nos una retransmissió en streaming, típicament son milions de paquets i si haguéssim de confirmar cada paquet, aniria tot molt lent. Si algun element no s'ha rebut, s'ha de tornar a enviar. I per aquest motiu, hi ha vegades que la retransmissió que estem visualitzant es bloqueja,

perquè fan servir aquest protocol. Per tant, en l'streaming es valora més que sigui una retransmissió continua que no pas la qualitat. En un vídeo en temps real, si es perd un pixel, per exemple, que el color blau enlloc de ser blau clar és blau fosc, pràcticament no notaríem aquest error.

Hi ha diferents classes d'streaming, però el més conegut és l'streaming d'informació emmagatzemada, segons en Davide Careglio. És el que té més fama perquè és el que utilitza Netflix. La plataforma el que fa és, quan un subscriptor vol veure pel·lícules, ja té tota la informació guardada, és a dir, ja hi ha l'àudio, la música, les imatges, el vídeo, etc. guardat. L'únic que fa és que quan aquests elements omplenen el primer paquet, aquest és llançat i s'omple el següent, i així successivament. Per tant, l'expert afirma que la diferència que hi ha entre els diferents tipus d'streaming és en l'àmbit de la recepció.

En Josep Solé, durant l'entrevista que es va realitzar per aquest treball, va formular la següent pregunta: "hau anat mai a un aeroport?". Jo li vaig respondre que sí i va exposar un exemple molt clar sobre com funciona l'streaming. *"A vegades segur que ens hem trobat que no hem anat directament a l'avió a peu, sinó que ens ha recollit un autobús. Quan et recullen amb l'autobús de l'aeroport vol dir que tots els que aneu al mateix vol sou allà. Tots els passatgers que pugen a l'avió, pugen al bus. I si el primer bus s'omple, es fa un segon, i així successivament. I quan els autocars s'omplen marxen cap al seu destí, que en aquest cas seria l'avió. Doncs, aquesta és la forma amb què es comuniquen dues aplicacions informàtiques. En canvi, l'streaming és l'autobús normal, el que les persones utilitzen cada dia. Una persona va a la parada i si l'autobús és allà, hi puja i si no hi és l'espera. Quan aquesta persona hi puja, durant l'estona que el bus està parat a una parada, va arribant gent i hi van pujant. Però quan l'autobús ha de marxar, Marxa. No s'espera que s'ompli el bus, és igual si pugen 10 com 4 persones. Doncs, això és l'streaming. I l'streaming ja vol dir això, que va amb seqüència, en canvi, les aplicacions, van amb blocs."*

Sobre les capacitats tècniques que es necessiten per poder retransmetre, segons en Davide Careglio, a part de les càmeres, els micròfons, etc., per poder retransmetre es necessita una aplicació que sigui un servidor que et proporciona el servei d'obrir un canal disponible perquè els usuaris et puguin utilitzar com a servidor.

Evidentment, depèn molt de si la retransmissió es vol fer en temps real o en diferit, és a dir, fer una postproducció. Aquesta segona opció, és molt més senzilla que no pas la primera perquè es grava tot prèviament, es prepara i després es publica, ja sigui a YouTube, en una pàgina web o en un blog. YouTube, per exemple, és una plataforma que ja et dona aquest servei.

4.3 OTT (*Over The Top*)

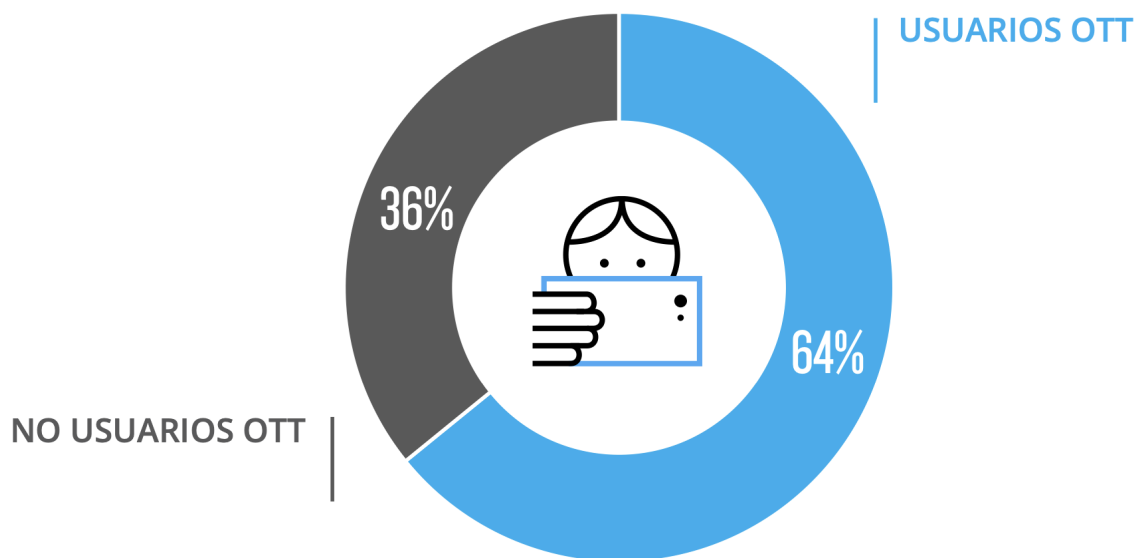
En una entrevista que es mencionarà més endavant en aquest treball, en Roger Brosel, responsable dels continguts de La Liga Sports, va mencionar que la seva aplicació és una OTT. Aquest concepte, s'explicarà més detalladament relacionant-lo amb l'esport, en l'apartat següent, però abans s'exposarà la definició tècnica. OTT són les inicials de "Over The Top" i és un cas particular d'un suport d'streaming. Tal com diu el que significa les sigles, vol dir que és independent del que hi ha a sota. Consisteix en un servei de lliure transmissió, és a dir, plataformes que emeten contingut a través d'Internet sense necessitat de recórrer a operadors tradicionals de difusió. Segons en Davide, una persona pot utilitzar qualsevol classe de tecnologia, com via satèl·lit, 4G o 5G i rebrà streaming sense cap problema. La diferència és que tu pots començar a rebre l'streaming, és a dir, la retransmissió, sense necessitat d'haver-lo descarregat anteriorment a Internet o en el meu dispositiu. "Seria com el que es diu Streaming real", segons en Davide Careglio. Quan reps els paquets mencionats a l'apartat anterior, els reps un darrere l'altre i directament van a la pantalla del teu dispositiu.

A hores d'ara, qualsevol empresa pot fer una retransmissió a través de les OTT sense que involucri la infraestructura de la xarxa. Si es té un servei que està connectat a la infraestructura de Telefònica, se li haurà de dir a Telefònica que s'està fent servir el servei de transmissió de vídeo. En canvi, una OTT és independent a l'operadora. És un servei directe entre el consumidor i el que dona el servei.

En Josep Solé resumeix que *“una OTT seria una modalitat de tecnologia que utilitza l'streaming amb versió de la imatge, de la veu i del so i que, a més a més, no requereix la confirmació dels trossets que es van enviant”*.

L'any 2018, a Espanya, aproximadament 6 de cada 10 espanyols entre 16 i 69 anys eren usuaris o titulars d'alguna OTT. Aquestes dades són extretes de l'informe que Nielsen Sports Company va publicar l'any 2018.

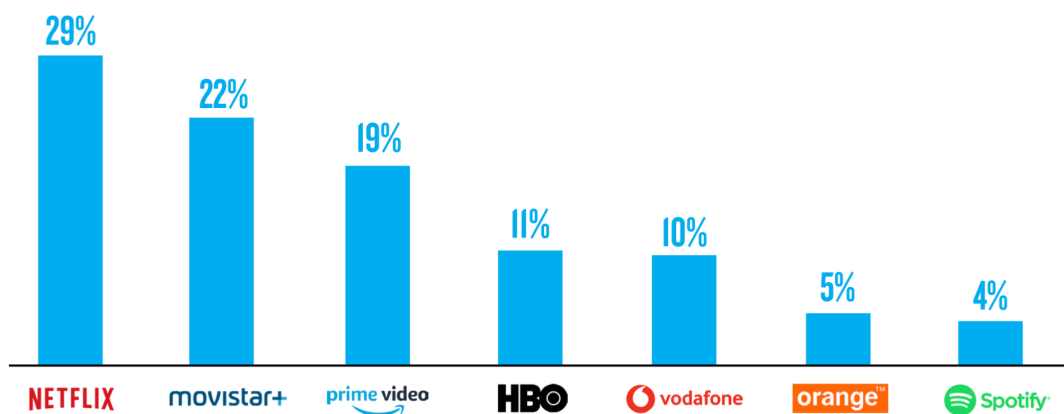
% DE USUARIOS DE OTT EN ESPAÑA ENTRE INDIVIDUOS DE 16 A 69 AÑOS



Gràfic sobre el % d'usuaris de les OTT a Espanya. Font: Nielsen SponsorLink 2018, Espanya (maig 2018).

La plataforma, és a dir, l'OTT més utilitzada és Netflix, ja que compta amb un major nombre d'usuaris a Espanya, seguit de Movistar+ y Amazon Prime. A continuació, es pot veure un gràfic sobre les OTT més utilitzades a Espanya.

TOP 7 PLATAFORMAS OTT POR N° DE USUARIOS N° DE USUARIOS POR PLATAFORMA, EN %



Gràfic sobre el Top 7 de plataformes OTT pel nombre d'usuaris en %. Font: Nielsen SponsorLink 2018, Espanya (maig 2018).

Per a poder gaudir dels serveis de streaming, els usuaris solament necessiten una connexió a Internet i en general instal·lar l'aplicació del proveïdor OTT corresponent. A través de l'aplicació es pot veure el contingut desitjat en directe en qualsevol moment i lloc, i amb qualsevol dispositiu amb connexió a Internet.

5. L'streaming com a solució a les retransmissions audiovisual dels esports minoritaris a escala estatal

Avui dia, l'esport d'elit s'ha transformat. Es concedeix com un espectacle mundial que aconsegueix uns nivells d'èxit enormes. Es manegen xifres desorbitades. Xifres multimilionàries que fan que puguem veure a adolescents de tot just divuit anys, com el futbolista del Jude Bellingham, amb un sou de 2,5 milions d'euros a l'any. Xifres que fan que jugadors com Cristiano Ronaldo rebin dels seus clubs prop de 20 milions d'euros anuals per practicar un esport, per jugar al futbol, segons les dades que va donar Ecodiario.es.

L'esport s'ha convertit, per als mitjans de comunicació, en un generador d'audiències brutal. El fet que cada vegada més persones s'identifiquin amb un equip, un esportista o que segueixin l'espectacle que és l'esport d'avui dia, comporta que els mitjans de comunicació cada vegada inverteixin més temps, diners i innovacions tecnològiques en ell. Per tot el món es generen anualment esdeveniments esportius

que es publiciten d'una manera espectacular i que es venen a l'audiència com a espectacles únics amb noms com "el partit del segle" o "el partit que farà història". Tot el que aquests esdeveniments generen en els espectadors en forma de sentiments i emocions, ho generen de la mateixa forma en els mitjans, però a manera de diners i audiències. Les televisions estan disposades a pagar quantitats multimilionàries per esdeveniments i drets de retransmissió que multiplicaran la seva inversió amb total seguretat. Això, evidentment, si ho inverteixen en esports de massa.

Tots aquests espectacles esportius generen quantitats de diners molt altes que únicament paguen les televisions, ja que es corresponen directament amb les audiències que generen. L'interès creixent per aquests esdeveniments esportius fa que la secció esportiva en els informatius de televisió, cada vegada tinguin la possibilitat d'ampliar més la seva durada i el seu contingut. La cobertura que se li dona a aquests esdeveniments permet que els informatius tinguin més imatges amb millor qualitat, i, per tant, que puguin oferir més contingut pels espectadors. Però, amb un matís. Els esports que els donen més cobertura són el futbol, el tenis i el bàsquet.

Com ja s'ha mencionat en la primera part del treball, el futbol és, actualment, l'esport més popular de tot el món; i evidentment, a Espanya també. És el que més interès genera a la societat i més repercussió té. La Lliga professional de futbol té una audiència de 457.000 espectadors per partit. En unes competicions determinades, com la Final de la UEFA Champions League o la final de la Copa del Rei, poden arribar a congregar-se més de nou milions d'espectadors.

Els mitjans de comunicació tenen un gran poder, de fet, són el quart poder de la societat. L'atenció que hi posen, o no, a un esport, sigui en informatius o programes especialitzats, determina la importància social d'aquest. Només tenen ulls per l'esport rei, el futbol. Però, i els altres esports? Si no s'emeten per a la televisió convencional, on els poden veure els seus seguidors? Aquí, és on entra el paper de l'streaming, la reproducció de vídeo en temps real.

Per demostrar que el futbol és l'esport més popular en comparació a alguna altra disciplina esportiva i que els esports minoritaris queden a l'ombra, s'ha agafat mostres de Google Trends, i a continuació, s'exposaran els resultats.

Google Trends és un lloc web de Google que analitza la popularitat de les consultes de cerca principals a la Cerca de Google a diverses regions i idiomes. El lloc web utilitza gràfics per comparar el volum de cerca de diferents consultes al llarg del temps, i són aquests gràfics els que s'utilitzaran per mostrar les dades.

A la pàgina inicial de Google Trends apareix un apartat que es diu l'any en cerques. En aquest, apareix les tendències que hi ha hagut cada any. Per observar les dades s'ha escollit l'any 2021 i ens centrarem en la regió d'Espanya.

Descobreix les tendències del 2021 - Espanya

General	Deportistas	Cine, tv y series
1 tiempo mañana	1 Mbappé	1 Tokyvideo
2 Eurocopa	2 Eriksen	2 Supervivientes
3 La Liga	3 Rafael Nadal	3 Love is in the air
4 Real Madrid	4 Carlos Alcáraz	4 La isla de las tentaciones
5 Roland Garros	5 Ana Peleteiro	5 El juego del calamar

Taula que mostra les tendències de cerca a Google de l'any 2021. Font: Google Trends

En aquesta taula, observem que, en l'apartat de "general", de les cinc cerques més buscades a Google, tres són de futbol; i en el segon apartat, el que s'anomena "deportistas", els dos primers llocs els ocupen dos futbolistes. No només comentar aquest aspecte, sinó que, a part del futbol, també es van fer cerques de tenis tant en l'apartat general com el dels esportistes.

Si comparem dos esports diferents, un de minoritari i un de massa, veurem que hi ha una diferència abismal. Per comprovar aquest fet, s'han utilitzat els termes "futbol" i "triatló" en el Google Trends.



Gràfic que mostra l'evolució de l'interès de dos esports diferents l'any 2021. Font: Google Trends

Aquest gràfic mostra l'interès dels dos esports; el color blau és el futbol i el color vermell és el triatló. Com es pot comprovar, el volum d'importància dels temes futbolístics se situa per sobre, i amb molta diferència, del triatló. Per tant, es pot corroborar que a la societat li agrada el futbol i que els mitjans de comunicació ho aprofiten per guanyar audiència. Recuperant les preguntes que s'han suggerit anteriorment, per què aquests esports no es retransmeten per a la televisió convencional?

Segons en Roger Brosel, responsable de continguts de la LaLigaSportsTV, els esports minoritaris no entren a la televisió convencional per dos motius principals: un és l'audiència i l'altre és els costos. "Produir un esport o produir qualsevol cosa en televisió és car, té uns costos importants, sobretot si vols donar un nivell de qualitat bo", és a dir, el nivell de qualitat que l'audiència s'ha acostumat a veure a les televisions, com per exemple TV3, Teledeporte, o altres televisions d'abast nacional. Retransmetre les proves esportives amb aquestes condicions, té uns costos. Sempre hi ha el de producció i més tard, afegit posteriorment, el cost dels drets.



Roger Brosel, responsable de continguts de LaLigaSportsTV. Font: El Mundo

Actualment, segons Brosel, hi ha una situació d'audiències que cada cop aquestes estan més fragmentades, no només als Esports, sinó a qualsevol producte audiovisual televisiu. El que abans podia tenir un 5% de 'share' (índex d'audiència), ara té un 1% amb sort, i això, fa que els ingressos per la publicitat baixin. Segons el balanç d'audiències de l'any 2021 realitzat per la consultora Geca amb les dades de Kantar Media, Teledeporte va tancar l'any 2021 amb un 0,6% de share, la pitjor dada des de l'any 2008. Tot i això, l'esport en obert ocupa els primers llocs del rànquing dels programes més vistos l'any 2021 amb l'Eurocopa (Telecinco), la Copa del Rei (Telecinco) i la UEFA Nations League al capdavant, detalla Geca. S'estima que en aquestes competicions, un de cada quatre espectadors estaven davant de la televisió.

Juanjo Ucha, director gerent de la productora Mediaframe, ubicada a Tarragona i especialitzada a la retransmissió de competicions de triatló i d'atletisme, afirma el que explica Brosel: "els esports minoritaris no es retransmeten per a la televisió convencional perquè les televisions busquen un rendiment econòmic". Totes les televisions tenen pèrdues i, per tant, volen posar a la programació tot allò que pugui generar més diners o que no suposi tantes pèrdues. "Al final, l'audiència el que mira és el futbol, una mica el bàsquet i poca cosa més". El tema principal és el tema

econòmic i, per aquest motiu, els esports minoritaris no tenen un lloc a la televisió convencional. Això no és un aspecte d'audiència, si en tens més o menys, perquè hi ha peces periodístiques que es fan a la televisió que no generen audiència, però les han de posar per poder omplir la plantilla de la programació. El que passa és que, aquestes produccions, no els hi costa diners produir-la.

Per contra, en el cas del triatló, un esport minoritari, és un esport que és molt costós realitzar-lo en directe perquè s'han d'utilitzar i distribuir múltiples càmeres en diferents punts perquè el recorregut és molt ampli. A més, en el segment de bici, la persona que porta la càmera ha d'anar amb moto per seguir als triatletes i aquestes imatges s'envien a través de ràdio satèl·lit gràcies a un helicòpter que rep el senyal. I això té un cost molt elevat. "El futbol, evidentment, són molts diners produir-lo, però ho rendibilitza venent les imatges a Movistar o Orange i fan que l'usuari hagi de pagar la subscripció per poder veure els partits", detalla Ucha.

Francina Guardiola Flix, presidenta de la Federació Catalana de Triatló, l'esport minoritari mencionat anteriorment, té la mateixa teoria que Brosel i Ucha: "els esports minoritaris no es retransmeten per a la televisió perquè no generen beneficis; com que no disposen d'espònsors ni de patrocinadors forts, les televisions no aposten per aquests esports que no generen guanys". Per tant, els esports minoritaris no tenen lloc a la televisió pel tema econòmic.

El 13 de febrer de 2019, el diari La Vanguardia va publicar una notícia que es titula de la següent manera: "LaLiga i ADESP (Associació de l'Esport Espanyol) presenten la plataforma per ajudar als esports minoritaris". Aquesta plataforma és LaLigaSportsTV, una aplicació orientada a cobrir tot l'esport que quedi fora dels interessos dels grans operadors de televisió. El principal avantatge que té respecte a les altres aplicacions és el preu, ja que és una plataforma gratuïta, tot i que, a canvi, inclou publicitat. L'altre gran al·licient és l'amplitud de l'oferta, amb prop de cinquanta disciplines esportives al catàleg. Totes les competicions que ofereix són d'àmbit espanyol i es poden veure en directe i a la carta en alta definició.

La Liga, segons Brosel, ha fet una aposta tecnològica creant una plataforma que s'anomena OTT perquè, primer de tot, "volíem testear que tècnicament érem

capaços de tenir un producte d'aquestes dimensions", és a dir, que el producte fos resistent a confluències importants de públic i que també "ens ajudés a conèixer els gustos dels aficionats que no necessàriament són aficionats nostres". Per exemple, que són aficionats a l'esport o que són aficionats d'altres esports que no és el futbol. Una OTT no és només el fet que es pugui connectar fàcilment amb una audiència, sinó que també s'arriba a conèixer-la perquè el consum digital del contingut crea una empremta digital de qui ets. Les OTT tenen molta informació basada en com la gent consumeix esport, com són aquestes persones, què fan i com ho consumeixen. Per tant, una proposta d'OTT és molt rellevant, no sols pel fet de tenir un determinat número d'audiència, sinó pel coneixement i la informació que aquesta plataforma obté sobre l'audiència. A part de la Liga, una altra plataforma OTT esportiva que ha crescut molt en els últims anys és DAZN, un servei d'streaming dedicat als esports. Per a La Liga, és crucial tenir en un sol entorn tecnològic que és la seva OTT, anomenada LaLigaSportsTV, on s'agrupen moltes disciplines esportives de tota classe. D'aquesta manera, tenen una finestra per donar-se a conèixer.

Per a la Liga, és crucial donar visibilitat i fer créixer tot el negoci de l'esport minoritari a Espanya, perquè una part dels seus ingressos per drets, per llei, han d'estar destinats a tota la resta de federacions. No volen que aquests diners no siguin a fons perdut, sinó que s'utilitzin per desenvolupar projectes que facin créixer i facin que els mateixos esports minoritaris siguin sostenibles al llarg del temps. "Creiem que la millor manera és potenciar a què tinguin una finestra, que es vegin i que d'aquesta manera el públic pugui arribar a aquest producte, pugui conèixer els espònsors, i que aquests, tinguin visibilitat", detalla el responsable de continguts de La Liga.

El negoci d'en Juanjo Ucha, en canvi, va començar d'una forma senzilla i tradicional. La productora Mediaframe es va crear per encàrrecs. En Juanjo era triatleta i corria a les diferents maratons que s'organitzaven al llarg de l'any, gràcies a això, tenia molts contactes en aquest món. Una anècdota que és la detonant de la creació de la productora, va ser que un dia va anar a comprar a una botiga de Tarragona, on ell viu, i el propietari d'aquest comerç era el que portava l'organització i la direcció tècnica de les curses que se celebraven a la província de Tarragona. Per tant, li va comentar si li podia fer un videoresum sobre les curses, i Ucha va acceptar i va

acabar gravant tots els triatlons, les mitges maratons i les maratons. Aquest encàrrec, tenia la finalitat de fer difusió de totes les curses i, d'aquesta manera, aconseguir que els esportistes s'apuntessin a les proves esportives. "Els vídeos que produïm no només gravem el dia de la cursa, sinó que també gravem tot el muntatge previ dels dies abans de la prova". Mediaframe, igual que la Liga, el seu objectiu és donar a conèixer i donar visibilitat a aquests esports com el triatló o l'atletisme, dos esports que no gaudeixen de grans beneficis, però tampoc n'aporten.

Per produir i realitzar aquests esports minoritaris es necessita pagar als càmeres, a l'equip de producció i els tècnics de so i de llum, entre altres. Les plataformes o empreses que duen a terme aquestes produccions, perquè ho puguin fer, han de tenir o haurien de tenir un retorn pel que fa als beneficis econòmics.

Roger Brosel explica que a l'hora de produir un esdeveniment esportiu, hi ha uns costos molt elevats, però en el cas de La Liga, hi ha un tant per cent dels seus ingressos audiovisuals, que ja està contemplat, que han de cedir cada any a les diferents federacions esportives. Aquests diners que dona la Lliga són gestionats per les federacions perquè elles mateixes puguin invertir amb el que vulguin o més necessitin i així, millorar el seu creixement. El model de negoci de La Liga és l'explotació del campionat nacional de la lliga de futbol, primera i segona divisió. El terme explotació vol dir que es basen, sobretot, en els drets audiovisuals dels partits, tant a Espanya com arreu del món. Segons les xifres que va donar Brosel, la plataforma recapta, aproximadament, uns dos milions d'euros anuals gràcies a la venda dels drets audiovisuals de la lliga. Aquest és el gran gruix dels ingressos que rep La Liga: la venda dels drets. "Nosaltres produïm els nostres propis partits amb un estàndard elevat i venem aquestes imatges, venem els partits en directe", detalla Brosel. Aquest és el 95% dels ingressos de La Liga i l'altre 5% restant és la comercialització d'espònsors de La Liga, per exemple una lliga que es diu La Liga Santander; en aquest cas el banc Santander pagar perquè el seu nom aparegui. Aquestes són les dues grans fonts d'ingressos de La Liga. Per resumir, els esports minoritaris no aporten un gran benefici econòmic per a l'OTT, però sí que aporten una bona imatge a la plataforma i més volum d'audiència.



Juanjo Ucha, director gerent o el CEO de la productora Mediaframe situada a Tarragona. Font: mediaframetv.

Mediaframe es troba amb la mateixa situació. Econòmicament, no els surt a compte realitzar les produccions que fan de les diferents curses. S'ha de tenir en compte que, actualment, les inscripcions de les proves esportives no valen més de 25€ i com a molt s'apunten entre 200 i 300 persones de mitjana, per tant, observant aquestes dades, el pressupost que té la cursa és molt poc. "Econòmicament, no ens surt a compte, però ho fem perquè hi ha un retorn de les persones que és agraït", declara Ucha. Aquestes proves esportives el que fan és donar-los visibilitat posant la seva marca a alguna tanca publicitària, a l'arc d'arribada, a la pàgina web, etc. Moltes de les vegades no cobren aquests serveis audiovisuals, sinó que, a canvi, situen el nom de la marca a algun punt estratègic perquè el públic o els esportistes la vegin i la reconguin. Aquestes produccions les fan per dos motius diferents: el primer, és perquè els agrada gravar i produir esdeveniments esportius; i l'altre motiu és perquè, a través de les produccions que fan, els agradaria visibilitzar Tarragona també com a ciutat esportiva, ho acapara tot Barcelona o Banyoles i Tarragona es queda a l'ombra.

El que manté la productora de Juanjo Ucha, no són les produccions de proves esportives com les de triatló o les d'atletisme, sinó les produccions d'empreses multinacionals com el grup petrolier Repsol. "Aquestes empreses ens paguen molts diners, però perquè tenen un pressupost molt elevat", assegura en Juanjo. Per contra, el pressupost de les proves esportives és molt més reduït.

La principal font d'ingressos de Mediaframe són el que les marques grans paguen perquè els hi facin una producció. En el cas de l'esport, qui subministra els diners és l'organitzador de la cursa perquè d'aquesta manera, tenen un videoresum on es veu què s'ha fet i com s'ha fet. Per exemple, Ucha recorda una vegada que els va pagar un càmping de Salou, el càmping on s'allotjaven tots els triatletes que participaven en el triatló de la mateixa ciutat. Ells el que van fer va ser gravar durant l'estada al càmping, però també la prova esportiva. En resum, els ingressos que obtenen, bàsicament, són gràcies a les empreses multinacionals amb un pressupost molt elevat, tot i que fer aquestes produccions, Ucha assegura que són molt avorrides.

Si la marca esportiva Asics contractés a Mediaframe perquè li produïssin un vídeo, la marca pagaria una gran suma de diners perquè té molt de pressupost. Un cas on es veu clarament la diferència que hi ha entre els esports minoritaris i els esports de massa, és sobre un projecte que Mediaframe està realitzant. És un torneig de futbol que està pagat per la Lliga professional de futbol i els jugadors que hi ha són persones amb discapacitats. Aquest és un col·lectiu que no té visibilitat, però que la Lliga professional ha apostat per ells i a més, ha contractat una productora, perquè gravi tots els partits sense preocupar-se pels diners que s'han de gastar perquè la Lliga professional de futbol té molt de pressupost. Aquest, però, no és el cas d'un triatló de campionat de Catalunya o d'Espanya perquè no tenen el pressupost suficient per poder retransmetre les seves proves.

Així ho corrobora la presidenta de la Federació Catalana de Triatló. La Federació no ha fet mai cap retransmissió d'alguna prova esportiva pagada per ells, bàsicament, perquè no tenen prou pressupost per poder-ho dur a terme. A més, no contracten cap empresa externa perquè els hi gravi les competicions, i si es fa alguna gravació és a través de l'organitzador d'una prova en concret. Però, no es fa en directe. Quan l'organitzador grava una prova, hi ha un procés d'edició i es penja la postproducció,

és a dir, es publica un resum de la cursa. La Federació Catalana de Triatló, és una federació d'un esport minoritari i això, provoca que el seu pressupost i ajudes via subvenció, sigui molt contingut i no els permet retransmetre una prova. "No tenim ni capacitat econòmica ni tècnica", afirma en Víctor Ciprés, membre de l'àrea de competicions de la Federació Catalana de Triatló. Aquest, però, no és el cas de la Federació Espanyola de Triatló (FETRI). Ella compta de forma gratuïta amb el suport de La Liga per poder emetre en directe les seves proves en totes les plataformes i dispositius que disposa La Liga.

L'any 2021, segons la Francina, gràcies a un acord que es va fer juntament amb la Fundació UFEC (Unió de Federacions Esportives de Catalunya) es va retransmetre en directe el Duatló de Granollers a través d'Esport Plus TV, l'OTT de l'esport català. És una plataforma de pagament que segueix l'actualitat de l'esport federat català des d'una única plataforma i des de qualsevol dispositiu. En un any, aproximadament, dur a terme 15.000 retransmissions anuals i una mitjana d'entre 200 i 300 esdeveniments cada cap de setmana. La Fundació UFEC ja ha instal·lat unes 45 càmeres d'intel·ligència artificial en diferents centres esportius de Catalunya; el següent pas serà fer el salt a les altres comunitats autònomes d'arreu d'Espanya durant aquest 2022. Actualment, la plataforma ja disposa d'1,5 milions d'usuaris.

Observant les afirmacions dels diferents protagonistes d'aquest treball, si els esports minoritaris no aporten cap benefici econòmic, per què és important que se'ls doni un espai? "Una competició que no es veu, és el que se'n diu una competició nínxol, és a dir, que només es queda pels aficionats més 'gore' d'aquell esport", detalla en Roger Brosel. Si no es retransmet, per exemple Waterpolo, al final Waterpolo només serà un esport seguit per aquella gent que li agrada jugar a Waterpolo o els familiars dels jugadors d'aquest esport. No el mirarà ningú més i, a causa d'això, aquest esport mai podrà passar a un segon nivell que seria el de tenir uns espònsors, de tenir una lliga ben muntada i ben estructurada, tenir una audiència més enllà d'aquest grup d'amics i familiars i, per tant, la lliga de waterpolo espanyola es quedaria enrere en comparació amb altres lligues que sí que poden tenir aquests recursos com per exemple fitxar millors jugadors, millors equips i anar retroalimentant l'audiència. Al final, l'audiència es troba en aquells esports que són

emocionants, que tenen els millors esportistes. Si una lliga és molt millor que una altra és perquè té millors esportistes, però perquè té més diners per pagar els sous, per pagar unes millors instal·lacions, entre d'altres.

L'objectiu principal de La Liga, segons Brosel, és dinamitzar tot l'espectre d'esports i de federacions arreu de l'Estat espanyol i que hi tinguin cabuda altres esports que no sigui el futbol. El que volen és que es comenci a fer anar la cadena que volen tots els esports: tenir fans, espònsors, aficionats que es desplacin als estadis o a la zona on es realitza la prova esportiva, etcètera. Ja se sap que el triatló mai serà i mai arribarà a ser com el futbol, l'esport rei, però com a mínim, que aquest sigui sostenible dins de la seva magnitud.

La Francina Guardiola expressa que és important retransmetre el triatló per tal de promocionar aquest esport i fer-lo arribar a tota la societat. A més, afirma que una prova d'aquesta disciplina esportiva és molt atractiva de seguir. Assegura, però, que el triatló és complicat de retransmetre perquè com que no es tracta d'un esport que es practiqui en un recinte tancat, dificulta el seguiment i és més costós. Tot i que, amb bons recursos i una bona planificació és possible poder dur a terme la seva retransmissió.



Francina Guardiola Flix, presidenta de la Federació Catalana de Triatló. Font: Esport+

Així ho afirma Juanjo Ucha. "El triatló és l'esport més complet de tots si es retransmet en directe". Si es fa en diferit és molt més senzill perquè se situen algunes càmeres en punts estratègics com a l'arribada o la zona on es realitzen les transicions, es graven algunes imatges i després s'edita. Per contra, si es vol fer l'emissió en directe, ja es necessita una tecnologia molt més avançada com per exemple, càmeres sense fils que van per ràdio enllaç o bé rebotant les imatges per satèl·lit.

Per detectar la diferència per fer una retransmissió entre el triatló i un esport que es realitza en un recinte tancat, s'utilitzarà un exemple que va exposar el director de Mediaframe. Un campionat de peses, s'efectua en un lloc que és com un teatre, un espai tancat on totes les accions passen allà dins i, per tant, com a molt hi haurà unes 7 càmeres estàtiques situades en uns estratègics. Per exemple, una se situaria a la zona central per obtenir plans generals, una al lateral de l'estadi, una altra al terreny de joc i alguna més per poder gravar el públic.

El primer pas que s'executa quan es vol fer una producció, és saber què es fa i a on es fa, és a dir, s'ha d'agafar el plànol i saber tots els llocs i zones per on passa la prova esportiva, en aquest cas el triatló. A partir d'aquí, la productora s'ha d'adaptar a les necessitats i gustos de la persona o l'empresa que l'ha contractada i, sobretot, s'ha d'ajustar al pressupost. Aquest és molt important perquè a partir d'aquí, es pot saber què es podrà fer i què no es podrà dur a terme. Una informació a destacar és que en un campionat de Catalunya o Espanya de triatló, no podrà haver-hi mai un helicòpter que actuï com antena per anar retransmetent la prova perquè un helicòpter és molt car. Sí que s'utilitzaria per a una Copa del Món o pels Jocs Olímpics.

Produir un esdeveniment esportiu porta molta feina, afirma Ucha, però si està ben planificada i ben preparada prèviament a l'oficina no és tan complicat. És molt important tenir clar quines són les posicions de les càmeres, la tasca que ha de fer cada membre de l'equip, quins tipus de plans s'ha de fer, etcètera. "Tenir una planificació prèvia és la base de qualsevol producció", declara Juanjo Ucha.

Les plataformes de streaming, en aquest cas La Liga, són la sortida dels esports minoritaris. Així ho afirma en Roger Brosel. El problema que hi ha avui dia, és que gran part d'aquests esports minoritaris no troba una finestra perquè la societat els pugui conèixer. Teledeporte, que hauria de ser el canal i la finestra tradicional o habitual per aquests esports, es decanta més per competicions d'àmbit mundial que no pas competicions d'àmbit nacional o local. El canal té una estructura que el limita perquè, tecnològicament, són una televisió lineal i si una prova esportiva té lloc de 18 h a 20 h de la tarda del dissabte dia 20 de juny, només podran emetre aquesta prova perquè el seu canal és lineal. La Liga no està condicionada per aquest fet perquè tenen la tecnologia que, a través d'una aplicació o de la pàgina web, permet retransmetre múltiples esdeveniments esportius al mateix moment. Per exemple, si hi ha un partit d'handbol, una competició d'atletisme i un triatló un dissabte a la mateixa hora, La Liga pot emetre les tres modalitats esportives diferents i l'usuari aficionat d'algun d'aquests tres esports, anirà a la finestra que més li interessi, però també podrà veure els altres si li ve de gust.

Però, què passa en el món de l'esport? "L'esport té alguna cosa molt bona, però al mateix moment, molt dolenta", declara Brosel. Quan s'emet un esdeveniment esportiu en directe, aquest té molt d'interès. Els aficionats es concentren davant d'una pantalla de qualsevol dispositiu en el moment que es retransmet l'esdeveniment. Quan aquest s'acaba, el seu interès decau completament. Per exemplificar-ho, un partit de futbol pot tenir les màximes audiències a la televisió al llarg de l'any, però un minut després d'acabar, ningú vol veure aquell partit en redifusió. Això, en canvi, amb les pel·lícules no és d'aquesta manera. Una sèrie o pel·lícula es pot veure avui, o si no l'any següent o d'aquí a cinc anys i continuarà agradant si la pel·lícula és bona. Any rere any, una de les pel·lícules més vistes a la televisió convencional va ser "Pretty woman". Ara, porta, aproximadament, trenta anys al mercat i no ha perdut vigència, perquè encara que molts saben el final, no se'n cansen i la continuen mirant. Amb l'esport no és així; si ja se sap el final d'una prova esportiva, no la vols tornar a veure perquè ja no interessa.

Aquest fet, Brosel destaca que és molt atractiu per les televisions perquè concentren la gent davant d'una pantalla en una mateixa hora i, per tant, és interessant de cara a fer audiències altes i vendre anuncis, però no es pot reutilitzar. Quan La Liga

retransmet alguna prova esportiva, quan s'acaba ja no té interès i Brosel confirma que això és l'essència del seu negoci.

Per resumir aquesta anàlisi, la televisió convencional el que vol, bàsicament, és fer audiència i guanyar econòmicament. Posem el cas de Teledeporte; si, per exemple, el canal dubte de si posar el Tour de França o el campionat d'Espanya de Triatló, el que mirarà serà el "share", si el Tour li farà un 1% de share i el triatló un 0,8%, evidentment es decantarà per la prova de ciclisme. No es voldrà gastar diners en retransmetre el triatló perquè si no hi ha un retorn suficient, és molt difícil que una televisió aposti per aquell esport que no aporta uns bons beneficis.

Per tant, cada vegada, s'està apostant més per aquest model, per l'streaming. Tal com explica Brosel, La Liga aporta una quantitat de diners a la Federació Espanyola de Triatló, la federació els destina als esdeveniments més importants de cada any i La Liga ho emet per la seva plataforma, així la gent sap on poden veure el triatló. A més, una persona que li agrada l'esport, no només mirarà una disciplina esportiva, sinó que mirarà altres proves o competicions. Però això només serà possible a través de l'streaming perquè l'usuari podrà triar l'esport que més li agradi, quan vulgui mirar-ho i des d'on mirar-lo. La Liga va analitzar els hàbits de consum dels seus usuaris i van veure que hi ha molts esports relacionats. Per exemple si una persona li agrada el triatló, també mirarà competicions de natació, d'atletisme i de ciclisme o el que mira handbol també mirarà futbol sala. I això és possible perquè està tot englobat en una única plataforma i és més senzill generar interès i que, d'aquesta manera, els esports minoritaris trobin espònsors que els financin.

A part de l'OTT de La Liga Sports Tv, també hi ha altres iniciatives impulsades per les federacions dels diferents esports minoritaris. El vòlei i el tenis de taula estan creant el seu propi canal per poder retransmetre tots els esdeveniments mundials que es duguin a terme. En aquest cas, el que fan les federacions és gravar totes les competicions, vendre els drets a les diferents televisions que estiguin interessades, però sempre es reservarà el dret d'emetre-ho en el seu canal, és a dir, venen els drets en no exclusiva. Aquestes, ja saben que no guanyaran molts diners a través de les televisions, però a l'hora, tenen una plataforma on tot el públic aficionat del vòlei o del tenis de taula podran veure, en un mateix espai, el mundial, el campionat

d'Europa, el mundial júnior, les sèries mundials, etcètera. Segon en Brosel, aquest és un model que s'està impulsant també cada vegada més, però assegura que les federacions s'acaben adonant que és han d'invertir molts diners fer-ho pel seu compte, i més, si no disposen d'ajudes ni subvencions. Brosel també detalla que no té sentit que totes les federacions tinguin un canal diferent. El millor és que hi hagi una única plataforma que sigui el paraigua de totes les diferents federacions, és a dir, dels diferents esports. Que una plataforma ho englobi tot, encara que és molt difícil aconseguir-ho perquè ha de ser una plataforma molt robusta tecnològicament per poder aguantar que es retransmetin molts actes a l'hora i amb milers de persones connectades al mateix moment. "Nosaltres vam tardar quasi dos anys perquè la plataforma fos sòlida i aguantés tot el tràfic i volum que tenim", declara Roger Brosel.

De moment, però, el responsable de continguts de La Liga afirma que encara s'està investigant com funciona el mercat dels esports minoritaris. Ningú ha trobat "la pedra filosofal" sobre quin és el millor model. El que sí que sap en certesa és que l'streaming és el camí perquè els esports minoritaris tinguin un lloc en la societat i en la informació esportiva.

La presidenta de la Federació Catalana de Triatló, assegura, per descomptat, que l'streaming i les diferents aplicacions que estan sortint al mercat faran factible la retransmissió dels esports minoritaris. Però, també detalla que és important que no només es faci en plataformes, sinó que creu que és imprescindible que les cadenes de televisió apostin per aquests esports perquè, d'aquesta manera, aconseguiran més espònsors, més subvencions i podran fer créixer la federació. I ella espera que tant les televisions com les plataformes apostin pel triatló, ja que cal tenir en compte que és un esport olímpic i es mereix que el situïn en el lloc que li pertoca.

6. Conclusions

Les grans lligues del món tenen en la televisió una de les seves grans bases. Drets pagats pels canals televisius que nodreixen i alimenten els equips principals en competicions, per exemple, de futbol. És una part important del negoci de la indústria esportiva i dels mitjans de comunicació. Però, la televisió és un espai molt limitat pel que fa als esports. Només es retransmeten els esports amb més audiència com el futbol, el bàsquet, el tenis i la fórmula 1. Per tant, la pregunta pertinent seria, i per la resta què? Per on es poden veure? Doncs, a través de l'streaming, el camí o la nova alternativa per difondre els esports minoritaris.

La majoria dels practicants d'aquests esports tenen problemes per poder desenvolupar la seva carrera esportiva per falta de recursos econòmics, generats, d'una banda, per les minses ajudes que les institucions els ofereixen i també, en molts casos, per l'absència de patrocinadors que els financin part de les despeses que els genera haver de competir. Per tant, els esports minoritaris o emergents, continuen sent justament minoritaris perquè no generen audiència i a més, suposen despeses econòmiques a les empreses que els retransmeten.

Tot i això, hi ha unes aplicacions de streaming, que s'anomenen OTT, que sí que veuen el retorn dels esports minoritaris. Però, aquest retorn no és econòmic, sinó que és més d'imatge. En el cas de La Liga, aquesta plataforma no necessita retransmetre triatló, ni vòlei o natació perquè ja té suficients ingressos amb els drets de futbol o les audiències que s'ha guanyat amb el pas dels anys. Ho fa per una qüestió d'imatge i per ajudar a les federacions dels diferents esports minoritaris perquè més enllà de la visibilitat, aquestes federacions hi poden trobar vies d'ingressos.

En primer lloc, el fet que aquests esports siguin més accessibles per als espectadors o usuaris pot ajudar les federacions dels esports minoritaris a trobar nous patrocinadors. I també, perquè en un futur, cada esport podrà escollir si el seu espai dins l'aplicació continua sent gratuït o passa a ser de pagament, i d'aquesta manera, obtenir més ingressos.

Per tant, apostar per la retransmissió de streaming pels esdeveniments esportius, s'aconsegueix que s'arribi a unes audiències més àmplies pels esports minoritaris, a noves vies de publicitat i nous patrocinis, a més de reforçar la imatge de les diferents plataformes com La Liga. Gràcies a l'streaming, aquesta OTT, ha pogut ampliar el mercat, la qual cosa planteja una opció raonable d'increment de les seves possibilitats de creixement econòmic i esportiu com a conseqüència.

Després d'analitzar i interpretar la informació que s'ha obtingut, es pot afirmar que l'streaming és l'alternativa per a la retransmissió dels esports minoritaris. És la principal finestra perquè aquests esports puguin ser reconeguts. En els temps actuals, l'streaming ja no és una moda o una tendència, sinó que s'ha convertit en una eina molt rellevant que està generant i generarà grans beneficis en els esports minoritaris, és a dir, a les federacions i esportistes. A més, és qüestió de temps que el vídeo en temps real s'expandeixi més i que, sens dubte, provocarà canvis a l'espectre audiovisual. També, l'streaming no sols permet arribar a l'audiència, sinó que li dona l'oportunitat a l'usuari de triar què veure i en quin moment fer-ho.

Gràcies a l'streaming, els èxits dels esportistes espanyols de disciplines minoritàries aconseguiran més repercussió i reconeixement i d'aquesta manera, podran obtenir més espònsors, més publicitat, més audiència, etcètera. En definitiva, assoliran un desenvolupament i creixement econòmic important. L'esport minoritari està revolucionant el món de les OTT, és a dir, de l'streaming, perquè són esports que no es rendeixen i que lluiten per poder estar en les primeres files de la informació esportiva.

7. Bibliografia

Triado, X. (2019). *Idees per al debat: Tenen el seu espai els “esports minoritaris”, més enllà del milionari futbol?*. Recuperat de <http://www.ub.edu/mastergeed/idees-per-al-debat-tenen-el-seu-espai-els-esports-minoritaris-mes-enlla-del-milionari-futbol/>

Castellví, A. (1 abril 2019). Tot l'esport minoritari, gratis i en directe. *Diari Ara*. Recuperat de https://www.ara.cat/media/esport-minoritari-gratis-directe_1_2682550.html

López, Z. (31 agost 2021). El streaming le pisa los talones a la televisión en audiencia deportiva. Diari *Expansión*. Recuperat de <https://expansion.mx/empresas/2021/08/31/streaming-vs-television-audiencia-deportiva>

Ortega, J. (2020). *Los deportes con más seguidores en España: conoce nuestros gustos deportivos*. Recuperat de https://www.cuatro.com/deportes/top/deportes-mas-vistos-seguidos-espana-be5m_18_2957070334.html

Esport. (s.d.). Dins *Enciclopèdia de l'esport català*. Recuperat de <https://www.encyclopedia.cat/esportpedia/esport>

Club Ciclista Ferrol. (s.d.). *Carta Europea de l'esport*. Recuperat de <http://www.clubciclistaferrol.es/cartasmanifiestos/cartaeuropead.htm>

Rodriguez, O. (2020). *Cuáles son los deportes que más practicamos los españoles*. Recuperat de https://www.cuatro.com/deportes/top/deportes-mas-practicados-espana-estadisticas-be5m_18_2956545322.html

Mediateam&CO. (2015). *Comparativa de los deportes con más seguimiento en la tv en España. Informe de audiencia*. Recuperat de <https://www.acb.com/docs/descarga/SeguimientoDeportes2015.pdf>

Rojas, J. (2015). *Eso que llamamos «deportes minoritarios»*. Recuperat de <https://www.spherasports.com/eso-que-llamamos-deportes-minoritarios/>

Ruiz, L. (s.d.). *18 deportes minoritarios con más seguidores*. Recuperat de <https://www.mundocrystal.com/18-deportes-minoritarios-con-mas-seguidores/>

Panorama Náutico. (2016). *Deportes emergentes en vez de deportes minoritarios*. Recuperat de <https://www.panoramanautico.com/deportes-emergentes-en-vez-de-deportes-minoritarios/>

Costa, A. (2017). *Deportes mayoritarios vs deportes minoritarios*. Recuperat de <https://medium.com/@argicostanutini/deportes-mayoritarios-vs-deportes-minoritarios-efa38bf523f1>

Delgado, A. (30 juny 2021). El 'top 15' de las disciplinas con más federados en España. Diari *El Economista*. Recuperat de <https://www.eleconomista.es/especial-deportes/noticias/11288579/06/21/El-top-15-de-las-disciplinas-con-mas-federados-en-Espana-.html>

División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Ministerio de Cultura y Deporte. (2021). *Anuario de estadísticas deportivas 2021*. Recuperat de <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:b24c68ad-75ff-48d0-aa1f-d57075f22e64/anuario-de-estadisticas-deportivas-2021.pdf>

Diez, S. (2019). *¿Qué es el triatlón? Todo lo que debes saber!*. Recuperat de <https://www.universitri.com/que-es-triatlon/>

Club Natació Banyoles. (s.d.). *Triatló*. Recuperat de <https://cnbanyoles.cat/seccions/triatlo/>

Consejo Superior de Deportes. (s.d.). *El deporte como consumo y espectáculo de masas*. Recuperat de <https://www.csd.gob.es/es/el-deporte-como-consumo-y-espectaculo-de-masas>

Kantar Media. (2021). *El tenis, la F1 y el baloncesto, los deportes más seguidos en España después del fútbol*. Recuperat de <https://www.kantar.com/es/inspiracion/consumidor/el-tenis-la-f1-y-el-baloncesto-los-deportes-mas-seguidos-en-espana>

El Confidencial. (10 febrer 2022). ¿Qué es el curling? En qué consiste esta prueba de los Juegos Olímpicos de Invierno. Diari *El Confidencial*. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/deportes/juegos-olimpicos/2022-02-10/que-es-curling-juegos-olimpicos-invierno_3372670/

Carreño, F. (8 febrer 2018). Curling: Reglas e historia de la modalidad olímpica. Diari *Marca*. Recuperat de <https://www.marca.com/juegos-olimpicos-invierno/deportes/2018/02/07/5a7a004f268e3e91608b45c8.html>

Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos, Boletín Oficial del Estado 20742 § 20744 (1997). Extret de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1997-14849>

Nafría E. (2021). *Los españoles pasaron ante el televisor 3 horas y media diarias en 2021*. Recuperat de <https://www.kantar.com/es/inspiracion/publicidad-y-medios/audiencia-tv-2021>

Redacció. (4 gener 2022). Audiencias 2021: liderazgo de Telecinco y mínimo histórico de La 1. Diari *Panorama Audiovisual*. Recuperat de <https://www.panoramaaudiovisual.com/2022/01/04/audiencias-2021-liderazgo-de-telecinco-y-minimo-historico-de-la-1/>

Esport+. (2021). *Qui som*. Recuperat de <https://info.esportplus.tv>

Sam, A. (2020). *Evolución histórica de los Derechos audiovisuales*. Recuperat de <http://sportslaw.es/evolucion-historica-de-los-derechos-audiovisuales/>

Roger, V. (2015). *La evolución de las retransmisiones deportivas en televisión a través de las nuevas tecnologías: el fútbol como paradigma en España*. Recuperat de <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12913/13286>

Johan Cruyff Institute. (2021). *La reinención del modelo de derechos televisivos en el deporte*. Recuperat de <https://johancruyffinstitute.com/es/blog-es/administracion-del-futbol/modelo-de-derechos-televisivos-en-el-deporte/>

Servimedia. (28 gener 2016). El deporte en televisión perdió un 26% de audiencia en 2015. Diari *El Economista*. Recuperat de <https://ecoteuve.eleconomista.es/programas/noticias/7311608/01/16/El-deporte-en-television-perdio-un-26-de-audiencia-en-2015.html>

Refojos, M. (28 octubre 2020). 2020, el año del streaming: así está cambiando el mundo esta tendencia. Diari *El Periódico*. Recuperat de <https://www.elperiodico.com/es/activos/innovadores/20201028/2020-el-ano-del-streaming-asi-esta-cambiando-el-mundo-esta-tendencia-8176452>

Nielsen Sports. (2018). *Deporte y OTT en España, el nuevo paradigma*. Recuperat de <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/nielsen-sports-informe-ott-en-espana-2018.pdf>

Requena, R. (10 desembre 2021). La gran OTT del deporte federado llegará a toda España en 2022. Revista *CMD Sport*. Recuperat de <https://www.cmdsport.com/multideporte/actualidad-multideporte/la-gran-ott-de-las-federaciones-deportivas-esportplus-llegara-a-toda-espana-en-2022/>

Deporte Tecnológico. (2021). *El streaming, el camino para los deportes minoritarios*. Recuperat de <https://deportetecnologico.com/el-streaming-el-camino-para-los-deportes-minoritarios/>

Pascual, A. (10 juliol 2017). Ha costado 27 años, pero al final nos han hecho pagar por el deporte en televisión. Diari *El Confidencial*. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/deportes/2017-07-09/canal-plus-pago-por-vision-derechos-del-futbol_1411679/

8. Annexes

ENTREVISTA A ROGER BROSEL - Responsable de continguts de la LaLigaSportsTV

Per què creu que els esports minoritaris no entren o no es retransmeten per a la televisió convencional?

Els esports minoritaris no entren a la televisió convencional per dos motius principals: un és l'audiència i l'altre és els costos. Produir un esport o produir qualsevol cosa en televisió és car, té uns costos importants, sobretot si vols donar un nivell de qualitat bo, és a dir, aquell nivell de qualitat que l'audiència s'ha acostumat a veure a les televisions com per exemple TV3, Teledporte, entre altres, bàsicament, en televisions d'abast nacional. Això, evidentment, té uns costos; i ja sense contar uns possibles costos dels drets, que s'afegeix després. Sempre hi ha el cost de producció i més tard, afegit posteriorment, el cost dels drets. A més, hi ha una situació d'audiències que cada cop aquestes estan més fragmentades, no només als Esports, sinó a qualsevol producte audiovisual televisiu. El que abans podia tenir un 5% de 'share' (índex d'audiència), ara té un 1% amb sort i això, fa que els ingressos per la publicitat baixin i, per tant, sigui més difícil rendibilitzar aquesta inversió: en drets i producció.

He mirat la web i l'app de la Liga sport i veig que esteu donant retransmissions, cada vegada de més esports diferents, a què és degut això?

Primer de tot, això és una aposta tecnològica de la Liga. Nosaltres volíem crear una plataforma que s'anomena OTT (Over The Top) per provar o testejar que tècnicament érem capaços de tenir un producte així, i que el producte fos resistent a confluències importants de públic i que també ens ajudés a conèixer els gustos dels aficionats que no necessàriament són aficionats nostres. És a dir, que són aficionats a l'esport o que són aficionats d'altres esports que no és el futbol. També és crucial per nosaltres donar visibilitat i fer créixer tot el negoci de l'esport a Espanya, perquè una part dels nostres ingressos per drets, per llei, han d'estar destinats a tota la resta de federacions. Llavors volem que aquests diners no siguin a fons perdut sinó

que es facin per desenvolupar projectes que facin créixer i facin que els mateixos esports minoritaris siguin sostenibles al llarg del temps. I creiem que la millor manera és potenciar a què tinguin una finestra, que es vegin i que d'aquesta manera el públic pugui arribar a aquest producte, pugui conèixer els espònsors, i que aquests, tinguin visibilitat. Que comenci a fer anar una mica la cadena que volen tots els esports: que tinguin fans, que tinguin espònsors, que la gent vagi als estadis, etc. Nosaltres volem posar el nostre granet de sorra en què la cadena o el cercle virtual dels esports, hi tinguin cabuda altres esports que no siguin el futbol. Per exemple, l'handbol mai serà i mai arribarà a ser com el futbol, però com a mínim que aquest sigui sostenible dins de la seva magnitud.

Per què creu que se'ls hi ha de donar lloc als esports minoritaris?

Una competició que no es veu, és el que s'en diu una competició nínxol, que només es queda pels aficionats més 'gore' d'aquell esport. Si tu no retransmets, per exemple Waterpolo, al final Waterpolo només serà un esport seguit per aquella gent que li agrada jugar a Waterpolo o els familiars dels jugadors de d'aquest esport. No el mirarà ningú més. I l'esport mai podrà passar a un segon nivell de tenir uns espònsors, de tenir una lliga ben muntada i ben estructurada, tenir una audiència més enllà d'aquest grup d'amics i familiars i, per tant, la lliga de waterpolo espanyola es quedaria enrere en comparació amb altres lligues que sí que poden tenir aquests recursos i per aquest motiu, poden fitxar millors jugadors, millors equips i anar retroalimentant l'audiència. Al final, l'audiència està en aquells esports que són emocionants, que tenen els millors esportistes. Si una lliga és molt millor que la teva perquè té millors esportistes perquè té més diners per pagar els sous, perquè té millors instal·lacions, això es un cercle virtuós que va en augment mentre que el teu es va quedant cada vegada pitjor. Per nosaltres és molt important dinamitzar tot l'aspecte d'esports i de federacions arreu de l'estat espanyol.

Quin retron teniu vosaltres, és a dir, quins beneficis econòmics obteniu oferint les retransmissions dels esports minoritaris? Perquè s'ha de pagar a un càmera, a un equip de producció, etc.

A l'hora de produir, hi ha uns costos elevats que estan contemplats a un tant per cent que nosaltres hem de cedir cada any, els nostres ingressos audiovisuals a les federacions. El que volem és que aquests diners que ja de totes maneres hauriem d'invertir, vagin a algu productiu que millorin el creixement i que permeti el creixement d'aquestes federacions. A més però, hi ha l'importància que per nosaltres és tenir en un sol entorn tecnològic que és la nostra OTT, la Liga Sports tv, agrupats tot una serie d'esports que d'altra banda no tindrien finestra perquè la suma de moltes audiències petites, acaba fent una audiència que no és menyspreable i que a més es un public que pot ser aficionat del futbol pero que no es aficionat del futbol i per tant nosaltres no teniem cap coneixament sobre com es comportava el públic, ni què miraven, ni que feien tots aquells seguidors de l'esport que potser no són seguidors del futbol sino que potser eren seguidors d'altres Esports. Per tant, dinamitzar tota la industria esportiva espanyola i desnevolupar la nostra propia plataforma tecnologica que sigui eficient, que funcioni bé, que ens Ajudi a coneixer els habits de l'aficionat I que si veiem que sigui prou robusta per si algun dia l'hem d'utilitzar per posar-hi futbol, doncs allò funcionarà.

Quin és el model de negoci de La Liga?

La Liga el que fa és l'explotació del campionat nacional de Lliga, primera i segona divisió de futbol. L'explotació vol dir que sobretot els drets audiovisuals dels partits, tant a Espanya com arreu del món. En xifres rodones, aproximadament nosaltres recaptem uns dos mil milions d'euros anuals de la venda dels drets de la Liga. Llavors una part d'aquests diners es destina a aquestes altres federacions, com una ajuda al desenvolupament d'aquestes. Aquest és el gran gruix dels ingressos que rep La Liga que és la venda de drets. Un dret no és res, és un paper, és un contracte, és donar les garanties a una televisió o un operador de qualsevol país del món a emetre els teus partits que nosaltres mateixos produïm. És un model que no és igual a totes les competicions del món. Nosaltres produïm els nostres propis partits amb un estàndard elevat i venem aquestes imatges, venem els partits en directe més tota una sèrie de programes auxiliars que donem a les televisions. Aquest és el 95% dels ingressos de la Liga i l'altre 5% restant és la comercialització d'espònsors de La Liga, per exemple La Liga és La Liga Santander, ja que el banc Santander ens paga per aquest nom. Hi ha altres caos de marques com per

exemple, Puma que és la marca de les nostres pilotes o altres marques que s'associen a La Liga perquè troben que és una plataforma interessant amb la qual vincular-se i difondre la seva imatge. Aquestes serien les dues grans fonts d'ingressos de La Liga.

Per què sou la principal sortida dels esports minoritaris?

El problema que hi havia és que gran part d'aquests esports minoritaris no trobaven finestra perquè Teledeporte, que seria la finestra tradicional o habitual per aquesta sèrie d'esports, es decideix per apostar per esports de competicions de nivell mundial, més que competicions de nivell més d'àmbit nacional o local. Ells tenen una estructura que els limita perquè tecnològicament són una televisió lineal. Són una televisió que si un esdeveniment passa de 18 h a 20 h de la tarda del dissabte dia 20 de juny, només podran emetre allò perquè tenen un canal lineal. Nosaltres no estem condicionats per això perquè tenim la tecnologia que transmetem a través d'una aplicació o una web que permet múltiples actes esportius alhora. Si hi ha un partit de cúrling, un partit d'handbol i un triatló a la mateixa hora, podem emetre les tres coses i que la persona interessada en aquests esports vagi a la finestra que més li interessi. Crec que aquest és el principal tema, que Teledeporte té la finestra tradicional i no està molt per la labor i l'únic que està disposada és assumir els drets de producció i res més, i a més no programa. Què passa en el món de l'esport? El món de l'esport té alguna cosa molt bona i una cosa molt dolent a la vegada. Quan tu emets un esdeveniment en directe, aquell té molt d'interès. La gent es concentra en aquell moment davant d'una pantalla, ja sigui d'un ordinador, del telèfon intel·ligent o la televisió. Tots estan en aquell moment veient allò. El moment en què acaba aquell acte, el seu interès decau completament. Un partit de futbol pot tenir les màximes audiències de la tele al llarg de l'any, són sempre de futbol. Però un minut després d'acabar ja ningú vol veure aquell partit en redifusió. Això, en canvi, amb les pel·lícules no és així. La Casa de Papel la pots veure avui, o sinó l'has vist la pots veure l'any que ve o d'aquí a cinc anys i t'agrada. No perd res en si mateix. Any rere any, una de les pel·lícules més vistes a la televisió convencional va ser Pretty Woman que és una pel·lícula que fa trenta anys que està al mercat i perquè, perquè a la gent li agrada any rere any, i la pel·lícula no perd vigència perquè encara que sapiguem el final, és igual, la tornes a veure. En canvi, el futbol o qualsevol

esport no. Si tu ja saps el resultat d'alguna prova esportiva, ja no la vols tronar a veure el partit perquè ja no t'interessa. Això és bo perquè els drets de l'esport, tenen molt d'atractiu per les televisions perquè concentren la gent davant d'una pantalla en una mateixa hora, i, per tant, això és molt interessant de cara a fer audiències altes, de vendre anuncis, però alhora no es pot reutilitzar. Nosaltres fem un partit i a la que acaba doncs s'ha mort, fora. Això és l'essència del nostre negoci.

La televisió convencional el que mira bàsicament és de fer audiència. Si Teledeporte diu, jo posaré la reemissió de l'etapa reina del Tour de France i em farà un 1 i el triatló em farà un 0,8%, per què m'he de gastar diners amb el triatló? Que a més el triatló és caríssim de produir perquè té tres esports i els esports de distància són molt fotuts de produir. Valen molts diners. Perquè per exemple en un pavelló si vols pots tenir una càmera, la qualitat seria molt deficient, però amb una càmera, tu podries fer un partit d'handbol, de dreta a esquerra i això successivament. Però amb un triatló has de tenir moltes càmeres, molts de recursos de radiofreqüència perquè tens càmeres sense fils per la moto que segueix el ciclisme, l'helicòpter si és una prova amb molt de pressupost, després la cursa a peu també. Si no hi ha un retorn, és molt difícil que una televisió aposti per això, molt. I cada cop més s'està optant per aquest model, de dir, per exemple federació de triatló, jo t'aporto una quantitat de diners i tu destines aquests diners als esdeveniments top de cada any, no em donis campionat comarcal de Barcelona, sinó que emetem les sèries finals del campionat d'Espanya i jo t'ho posaré en una plataforma i faré que allò a tota la gent interessada al triatló sàpiga que allà ho pot trobar. I com que a més estem barrejant diverses coses, perquè sabem que una persona normal no mira només un esport, potser li agrada el triatló, però també mira el ciclisme i també li agrada la natació i l'atletisme, llavors si ho poses en un sol lloc, és més fàcil que una persona digui ostres a mi el que m'agrada de veritat és el triatló; això no obstant, mira si tinc una estona lliure doncs miraré el campionat d'Espanya d'atletisme sub-20, el miro perquè m'interessa. Nosaltres descobrim que en els hàbits de consum hi ha molts esports relacionats entre si. Hi ha molta gent que mira futbol sala i bàsquet, o handbol i futbol sala. I això, quan ho tens en una única plataforma és molt més fàcil generar interès, trobar possibles espònsors que et financin. Al final es basa a generar un negoci al voltant d'això. Jo crec que hi ha altres iniciatives que són més de cada federació fer-ho pel seu compte. Però això s'acaben adonant que és molt

costós, perquè crear una plataforma com al que tenim nosaltres Val molts diners, val milions d'euros. I no té cap sentit que la federació de ciclisme tingui una, la federació de tennis tingui una altra, la federació de gimnàstica tingui un altre, no té cap sentit. Té més sentit que hi hagi una, i que aquesta una sigui el paraigua de totes. Que les englobi totes. Per exemple hi ha esports com el voleibol, que estan creant el seu propi canal i allà volen posar tots els grans esdeveniments mundials del voleibol. Això està bé si ho fas de la mà de la federació mundial que és qui està incentivant això. La federació mundial diu, jo agafaré tots els meus drets i els aniré venent a les televisions que estiguin interessades, però sempre reservaré el dret d'emetre-ho jo també, vendre els drets en no exclusiva. I llavors ja sé que de les teles no guanyaré tants diners, però alhora tindrà una plataforma on tot el públic aficionat del voleibol sabrà que tindrà el mundial, el campionat d'Europa, el mundial junior, les sèries mundials de vòlei platja, etc. Tindre tots els grans actes que tenen interès i ho tindrà tot en una sola plataforma. Aquest és un altre model que també fructifica. Tots estem investigant com funciona el mercat, no hi ha ningú que hagi dit "he trobat la pedra filosofal, això es fa així i només es fa així". No, de moment tots estem investigant, tots estem veient com rendibilitzar al màxim i descobrir plataformes robustes tecnològicament que t'aguantin fent molts d'actes diversos alhora, amb milers de persones connectades al mateix moment. Això no és fàcil, nosaltres vam tardar més d'un any que això estigués sòlid i que aguantés tot el tràfic i el volum que tenim.

ENTREVISTA JUANJO UCHA FARO - Director gerent de Mediaframe o CEO de Mediaframe

Per què creus que els esports minoritaris no entren o no es retransmeten per la televisió convencional?

Els esports minoritaris no es retransmeten per a la televisió convencional perquè les televisions busquen un rendiment econòmic. Totes les televisions, menys les de l'estat espanyol, tenen pèrdues i, per tant, volen posar a la programació tot allò que pugui generar més diners o que no suposi tantes pèrdues. Al final, l'audiència el que mira és el futbol, una mica el bàsquet i poca cosa més i aquests van a buscar televisions temàtiques com Teledeporte, Eurosport, entre d'altres. El tema principal és el tema econòmic, ja no és si tens més o menys audiència, perquè hi ha coses a

la tele que es fan i que no tenen audiència, però que han de tenir aquesta programació per omplir la plantilla. El que passa, però és que aquests són coses que a producció no els hi costa diners. Bàsicament, aquests esports no surten perquè és un tema d'economia.

Per exemple, en el cas de triatló, és un esport que és molt costós realitzar-lo en directe perquè has de posar moltes càmeres i en diferents punts perquè el recorregut és molt ampli, has d'anar amb moto per portar la càmera per seguir el segment de bici i a més enviar les imatges per ràdio satèl·lit, hi ha d'haver un helicòpter per rebre el senyal. Això són molts diners.

El futbol, evidentment també són molts diners produir-lo, però el futbol ho rendibilitza. I ho rendibilitza venent-ho a Movistar, a Orange i que l'usuari hagi de pagar la subscripció per poder veure-ho. Amb l'streaming avui en dia et dona moltes opcions.

He estat mirant la vostra web, i com a productora he vist que heu gravat i editat vídeos sobre algunes proves esportives com el triatló, considerat un esport minoritari. Com és que va decidir fer-ho?

La nostra empresa va començar, bàsicament per encàrrecs. Som de Tarragona i tenim la seu aquí i jo per exemple fa uns anys havia sigut triatleta i corria a maratons i gràcies a això tenia molts contactes en aquest món. Un dia vaig anar a comprar a una botiga i el propietari de la botiga era ell que promocionava i porta la direcció tècnica de les curses que se celebraven a Tarragona. Llavors ell em va dir si li podia fer un vídeo, jo vaig acceptar i al final vaig acabar gravant i produint totes les curses que ell feia, és a dir, tant triatlons com maratons i mitges maratons. Ell li va comentar que volia fer difusió a totes les curses que realitzem i que la gent s'inscrigui, i jo vaig acceptar. Moltes vegades, en els vídeos que duia a terme no només gravàvem al dia de la cursa, sinó que també gravàvem tot el muntatge previ que hi havia dos dies abans de la cursa. Bàsicament perquè volíem que el públic que ho mirés sabés com s'organitzaven les curses, com eren... bàsicament, per donar visibilitat.

Arran d'iniciar el negoci d'aquesta manera, hem anat creixent i hem pogut realitzar vídeos també per nou Sport Límit, que és un està en Marcel Zamora que és un triatleta molt conegut.

Tot va començar una mica per inèrcia i inclús moltes vegades el que fèiem era patrocinar els triatlons i el que fèiem era no cobrar el servei audiovisual, però la nostra marca havia d'estar visible per al públic. Al final, el que volíem és que la marca s'associés a l'esport, a la salut, en aquest àmbit.

Ara estem fent un nou projecte, que no té res a veure amb el triatló o les curses, però que és un torneig de futbol que està pagat per La Liga de futbol professional que són clients nostres i que els jugadors que hi ha són persones amb discapacitats. I realment és un projecte molt bonic perquè cada partit, és una festa on tots celebren els gols de tots. A més, aquests col·lectius no tenen res muntat per ells i tampoc tenen visibilitat.

Com es fa per produir una retransmissió d'un esport? Per què heu d'anar amb càmeres, i quantes càmeres necessiteu?

El triatló és l'esport més complet de tots, però bàsicament, si el fas en directe. Si el fas indiferit no passa res perquè si ho graves i ho emets l'endemà, no passa res perquè tu pots realitzar les 4 o 5 càmeres que tinguis a la zona d'arribada, alguna càmera on es fan les transicions, i les altres càmeres per seguir el segment de bici per exemple, necessites càmeres sense fils, que o bé van per ràdio enllaç que només pots anar a uns certs quilòmetres de distància i que, per tant, no serveix per res, o bé has d'anar rebotant per satèl·lit o portar un helicòpter que faci la funció d'antena. Això, però estem parlant de produccions molts grans els temes de l'helicòpter, com per exemple un Tour de França o uns Jocs Olímpics.

El primer que fas quan tu vols fer una producció, és saber què es fa i a on es fa, és a dir, has d'agafar un plànol i saber tots els llocs per on passen i a partir d'aquí adaptar-se a les necessitats i gustos de la persona que et contracta. Potser hi haurà un client que si, en el cas de triatló, una transició no es veu, no passa res perquè vol que ens centrem més en el segment de la cursa a peu, doncs nosaltres partirem

d'aquí. El que fas és plantejar la producció a mida i a més, ajustar-se al pressupost. És molt important saber el pressupost perquè a partir d'aquí sabrem què es pot fer i què no.

Per exemple, per posar un cas fàcil, un campionat de pesos, és un lloc que és com un teatre, un lloc tancat on tot passa allà i com a molt hi haurà una càmera a dins del túnel per quan surten els esportistes a la zona principal, i llavors només cal que posis 3 càmeres més a dins, i es col·locarien una central per obtenir plans generals, una al costat on poder fer més primers plans i una altra per poder fer plans més oberts, mitjos plans, etc. I després, també podria haver-hi una càmera autònoma per gravar el públic per exemple.

Parlant així més informal, és molt fotut haver de gravar totes aquestes proves? Com ho muntas?

Produir un esdeveniment esportiu porta feina, però al final si la tens ben planificada i ben preparada prèviament a l'oficina no és tan complicat. A més és un tipus de feina que podria afirmar que a molta gent del meu àmbit li agrada fer perquè per exemple, nosaltres a part de proves esportives, una vegada vam tenir una un encàrrec de Repsol i van anar a gravar la fàbrica, i evidentment la feina no és tan agradable com anar a gravar una competició d'algun esport on passa a l'exterior la majoria de vegades, hi ha molt d'ambient, hi ha públic. L'únic fotut que té és que ens hem d'aixecar aviat perquè moltes curses comencen molt aviat el matí, però després la feina és molt agraïda.

És molt important tenir molt clar quines són les posicions de les càmeres, la feina que ha de fer cada un del nostre equip, quin tipus de plans hem de fer, que evidentment els plans no han de ser iguals perquè si després volem fer un muntatge i hi ha tots els plans iguals és molt avorrit. Hi ha d'haver molta diversitat de plans. I penso que tenir una planificació prèvia és la base de qualsevol producció.

Us surt a compte realitzar aquestes produccions?

No, a nosaltres no ens surt a compte realitzar aquestes produccions. En una cursa que avui en dia val 15-20€ apuntar-se i que s'apunten unes 200 persones de mitjana, quin pressupost té aquesta cursa? Molt poc. El que ens fan és donar-nos visibilitat, és a dir, posen la nostra marca a alguna tanca publicitària, a l'arc d'arribada, a la pàgina web...

Econòmicament, no ens surt a compte, però ho fem perquè hi ha un retorn de les persones que és agraït i al final, fem una feina que ens agrada molt. El que manté a l'empresa no són aquestes produccions de proves esportives, sinó produccions d'empreses multinacionals com la Repsol. Aquestes empreses grans ens paguen bastants diners, però perquè elles tenen pressupost, en Canvi, els que realitzen les proves esportives, el pressupost és molt més reduït. Al final nosaltres ho fem per gust.

D'on us venen els ingressos? La federació d'algun esport o les marques...?

Bàsicament, la nostra principal font d'ingressos són el que ens paguen les marques grans perquè els hi fem una producció. En el cas de l'esport, qui ens paga és l'organitzador de la cursa perquè són els que volen tenir un videoresum on es vegi què s'ha fet i com s'ha fet.

Va haver-hi una vegada que ho recordo molt, és que un dia ens va pagar un càmping de Salou que era el càmping on s'allotjaven tots els triatletes que feien el triatló de Salou l'endemà. Llavors nosaltres el que vam fer va ser, vam gravar al càmping i també vam gravar la prova esportiva i vam fer un videoresum d'aquesta competició.

Els ingressos bàsicament venen d'aquí com ens encarreguem produccions, però per exemple, en el meu cas, si vingués la marca esportiva Asics a Salou i ens contractés a nosaltres perquè li produíssim un vídeo, ells tindrien molt de pressupost i ho pagarien tot. Però aquest no és el cas d'un triatló de campionat de Catalunya o d'Espanya perquè no tenen el pressupost suficient, perquè al final cobren de les inscripcions.

Per què feu aquestes produccions?

Fem aquestes produccions per dues coses: una perquè ens agrada, jo soc esportista i m'agrada molt poder gravar i produir aquests esdeveniments esportius i també perquè, en el meu cas, amb aquests vídeos ens agradaria visibilitzar Tarragona també com a ciutat esportiva, perquè sempre ho acapara tot Barcelona o Banyoles i Tarragona es queda bastant a l'ombra.

ENTREVISTA FRANCINA GUARDIOLA FLIX - Presidenta de la Federació Catalana de Triatló

Per què creu que els esports minoritaris no entren o no es retransmeten per la televisió convencional?

Perquè no els hi generen beneficis, com que no disposen d'espònsor i patrocinadors forts, les TV no aposten per esports minoritaris que no els generin guanys (anunciants, poca audiència, etc.)

Parlant del triatló, alguna vegada ha fet alguna transmissió de la prova esportiva pagada per vosaltres? Sempre contracteu a alguna empresa externa perquè us gravi les retransmissions? Si és que sí, per què ho retransmeteu? Ho feu en directe o és una postproducció?

No hem fet mai cap retransmissió i no contractem a ningú, si algun cop es retransmet alguna prova, és per mitjans de l'organitzador. Normalment, quan l'organitzador grava una prova és postproducció. L'any passat, gràcies a un acord signat amb la Fundació UFEC (Unió de Federacions Esportives de Catalunya) es va retransmetre en directe el Duatló de Granollers per Esport Plus TV. També, segons acord amb UFEC s'han retransmès per Esport 3, zona UFEC algunes gravacions que ells mateixos han fet en alguna prova puntual.

Quan graveu alguna prova esportiva, ho penjeu a la web posteriorment?

Sempre que disposem de la gravació es penja a les xarxes socials.

Per què creu que és important retransmetre el triatló? És molt complicat fer-ho?

És molt important per tal de promocionar el nostre esport i fer-lo arribar a tothom, a part una prova de triatló és molt atractiva de seguir. És complicat, com que no es tracta d'un esport que es practiqui en un recinte tancat dificulta el seguiment, però amb bons recursos, motos, càmeres fixes i una bona producció és possible i així es va poder comprovar en el seguiment de la prova de duatló de Granollers que va portar a terme Esport Plus TV de la UFEC.

Finalment, creu que l' streaming i les aplicacions que estan sortint al mercat, que n'hi ha cada vegada més, són el futur i l'alternativa perquè es retransmetin els esports minoritaris?

Per descomptat que si, totes aquestes noves aplicacions faran factible la retransmissió d'aquests esports, però és important que no només es faci per plataformes, és imprescindible que les cadenes de TV apostin per aquests esports i més pel triatló, cal tenir en compte que és un esport olímpic i mereix que es tingui en compte i se situï en el lloc que li pertoca.

La nostra federació, com bé dius, és una federació d'un esport minoritari. Això també provoca que el nostre pressupost i ajudes via subvenció, sigui molt contingut i no ens permet fer accions com les que comentes, ja que no tenim ni capacitat econòmica i tècnica. L'únic que podem fer i per mitjà de l'UFEC, és que algunes poques competicions (resums) i algun tipus de reportatge, s'emetin de tard en tard en el canal Esports 3 i també es puguin trobar en el YouTube de l'UFEC i un nou canal que tenen que es diu Esports+. Una altra cosa és la FETRI (la federació espanyola), que compten de forma gratuïta amb el suport de "La Liga", i aquest sí que poden emetre en directe i en totes les plataformes que aquest tenen.

ENTREVISTA A JOSEP SOLÉ

Què es una app? Com funciona?

Davide: Una aplicació és un programa informàtic que crea una instància dins d'algun dispositiu com el mòbil, televisió, tauleta... que el que fa és "parlar" amb els

protocols de drets per poder enviar i rebre paquets. I aquests paquets poden trametre de forma sense cables, tant per wifi, com per antena a través del 4G o 5G o cablejada si estàs connectat a Internet amb el típic cable. En el model clàssic hi ha un client que és l'usuari que li ofereixes un servei i aquest servei l'executa una altra màquina que s'anomena servidor. Aquest et llança aquest servei, l'usuari es connecta a aquest servidor per assumir i per poder gaudir d'aquest servei. Hi ha una manera una mica més complicada d'explicar, és a través del pear to pear. És una manera en el qual, en lloc de donar-li al servei que hi ha una màquina, tu aquest servei el reps de múltiples màquines, i aquestes múltiples màquines al seu torn són clients. És a dir, tu en lloc de tenir una comunicació una a una, jo tinc un servidor que m'envia paquets i jo ho rebo com a client, és com si la cervesa que et serveixen no simplement te la serveix una persona sinó que hi ha com 5 cambrers que a la vegada t'omplen el vas. Si em serveix només una persona, aquesta persona m'està servint a mi i a ningú més. I a més depèn de la seva velocitat, si en lloc de què una persona m'ompli el vas me l'emplenen 5 o 6 a la vegada el servei serà molt més ràpid. Pear to pear vol dir entre iguals, per tant, vol dir que tots poden ser client i alhora poden ser servidors.

Josep: Una aplicació són dos programes: un que corra amb el que seria el servidor i un altre que corre en el receptor. Són dos programes, un que corre el servidor i l'altre al client i es comuniquen entre ells, amb l'objectiu de passar imatges, veu, dades. I a sota d'aquesta aplicació hi ha tot un suport per transportar aquestes dades. Però nosaltres, com a usuaris o clients, no el veiem, però sí que hi és. Tu vas en un bar i demanes una cervesa, te la porten, tu te la beus; això no obstant, no saps tot el que ha passat per fer la cervesa, per transportar-la de la fàbrica al bar.

Quines capacitats tècniques es necessiten per retransmetre un esdeveniment esportiu?

Davide: Per retransmetre es necessita una aplicació que sigui un servidor, que et proporciona un servei d'obrir un canal per exemple disponible perquè els usuaris et puguin utilitzar com a servidor. Això depèn de si vols fer-ho en temps real o si vols fer en diferit, és a dir, fer la postproducció. Si ho vols fer després és molt més fàcil que no pas fer-ho en directe. Perquè simplement ho graves tot, ho prepares i en acabat ho publiques, pots fer servir alguna eina, alguna plataforma que ja et dona

aquest servei com el YouTube, on tu publiqués el vídeo i més tard dius si voleu us podeu connectar al meu canal i qualsevol et pot veure o pots emprar una eina que són més específiques.

Què és una OTT?

Davide: Una OTT és un cas particular d'un suport de streaming. Com diu la paraula que és Over The Top, vol dir que és independent del que hi ha a baix. Tu pots utilitzar qualsevol tipus de tecnologia, com utilitzar via satèl·lit, o que estàs connectat a la 4G o 5G, tu continues rebent streaming sense cap problema. I la diferència és que tu pots començar a rebre l'streaming, la transmissió, sense necessitat d'haver-lo descarregat anteriorment a internet o en el meu dispositiu. Seria com el que es diu un streaming real, tu vas rebent tots els paquets un després de l'altra i directament van a la teva pantalla. Tot el que són les pàgines web funcionen amb un protocol que és l'HTTP que és molt lent, i, per tant, no està pensat per streaming perquè cada paquet que tu reps, com pot ser un vídeo, un àudio... el que reps, el meu ordinador ha de contestar al meu servidor que ho estic rebent tot. A cada un dels paquets li haig de dir que l'he rebut. Imagina una retransmissió en streaming, típicament són milers de paquets. I això fa que la cosa vagi més lenta, perquè si una cosa no l'ha rebuda, l'ha de tornar a enviar. Per això l'streaming es bloqueja, es para en un cert moment esperant que tu li trametis a l'ok. L'altra opció és que tu no li rems tants ok, per exemple un vídeo en temps real, si perds un píxel que per exemple un color blau en lloc de ser blau és una mica més fosc, no passa res, perquè no ens adonarem que hi ha aquest error. En streaming si perdo alguna cosa de qualitat, no passa res, el que ens importa és que el vídeo sigui avançant i no es pari. Que no hi hagi aquestes pauses. Qualsevol empresa pot fer una transmissió posant aquesta OTT sense que involucri la infraestructura de la xarxa. Per exemple, si tinc un servei que està connectat a la infraestructura de telefònica, que he de dir-li a telefònica que estic fent servir el servei de transmissió de vídeo. OTT és independent a l'operadora que hi ha a baix. És un servei directe entre el consumidor i aquell que presta el servei.

Josep: En resum, una OTT seria una modalitat de la tecnologia que fa servir l'streaming amb versió imatge-veu-so, d'alguna manera no requereix la confirmació dels trossets que es van enviant perquè tot això s'envia a trossets un darrere l'altre.

On troben aquestes apps el rendiment econòmic?

Davide: Depèn: si estem parlant d'empreses tipus La Liga, o si estem parlant d'una persona individual. Si és una empresa, el rendiment ve per les subscripcions. Per exemple vull veure els partits que emet La Liga o els highlights del partit, m'hauré de subscriure per poder-los veure. Per exemple, això de la OTT, també la fa servir Netflix, si tu vols veure pelis a Netflix, has de pagar una subscripció per poder accedir als continguts. Si parlem de persona normal que vol fer alguna cosa a través de YouTube per exemple els diners venen dels subscriptors i de les visualitzacions, i en aquests llocs posen publicitat. El que es feia abans era posar anuncis amagats als vídeos, però ara està prohibit fer aquest tipus de publicat ocult. Per exemple, imagina't que jo estic retransmetent un partit de cúrling i entremig ensenyo algú que s'està prenent una Coca-Cola perquè la marca m'ha pagat diners. Ara mateix, això està prohibit. Això és propaganda subliminar.

Josep: això seria com els diaris, els diaris perquè tenen rendiment econòmic? Doncs perquè venen exemplars diaris i que a més. A més, posen propaganda i anuncis entremig dels articles. I també de les subscripcions.

Què és l'streaming?

Davide: és un flux de paquets que tenen la mateixa i que tenen una relació entre ells I aquest flux és continu i aquests paquets es van generant a temps real I que tu a priori no saps quants paquets retransmetràs. Quan jo vull transmetre alguna cosa, aquesta cosa en l'àmbit de xarxa es converteix en paquets petits i s'envien un darrer l'altra. En el cas de streaming, aquests paquets van relacionats entre ells I venen tots seguits. En streaming tu vas generant la informació i aquesta informació l'envies a la xarxa, i quan aquesta Informació emplena el primer paquet el llança, i després espera que el segon paquet estigui ple i el torna a llençar. En una pàgina web, a priori ja se sap la mida del text, de les imatges, etc. Perquè aquesta informació està guardada en un disc en un servidor, està tot llest. I l'únic que ha de fer és separar-la en trossets i llançar-la. En l'streaming no passa això, la informació es va creant in the fly, en el mateix moment i després es tramet. També hi ha l'streaming d'informació emmagatzemada que seria el cas de Netflix, si jo vull veure una pel·lícula, passa el mateix. Ja ho tinc tot guardat, però aquest guardat anem traient

tot el que hi ha a dins, text, imatge, so, música... s'envia a la xarxa i quan emplenen el primer paquet es llança. La diferència és que entre l'un i l'altre és a escala de recepció, en el cas de streaming jo vaig visualitzant el que arriba en el mateix moment que arriba, mentre que si joestic mirant una pàgina web, com que ja ho tinc tot ho veig quan ho tinc tot rebut que després es carrega i ho veig tot de cop. A l'streaming veiem a la pantalla allò que anem rebent a poc a poc. A l'streaming no es guarda mai la informació de com es faria a una pàgina web. Quan parlem de streaming, una forma de transportar dades, per comunicar-se aquests dos programes informàtics, és fer-ho amb una seqüència de bit d'un darrere l'altra controlada perquè es pugui mirar de tenir una qualitat de servei adequada.

Josep: quan jo ho explico a classe ho explico d'aquesta manera: quan en Davide parla de paquets, parla dels paquets que t'envia internet, però des del punt de vista de l'aplicació, els dos programes que et comuniquen pots tenir dos programes que es comuniquen per enviar un fitxer informàtic, llavors aquestes dades el que fan és dividir-se per trossets i es posaran en paquets més avall, a la xarxa. En canvi, en l'streaming, els dos programes entre ells els paquets de la xarxa es trameten igual perquè el format sempre és el mateix, però entre ells no remetentrossos de dades, sinó que s'envien freqüències de bits darrere l'altre, perquè el que surt de la càmera i del micròfon, s'envia bit per bit, un darrere l'altra i això es trosseja i es posa en paquets. Això no obstant, en canvi, si l'aplicació és informàtica, els trossets ja venen de dalt, els mateixos programes ja agafen un fitxer. Aquí els paquets es van muntant i acostumen a ser més petits i es munten a mesura que surt la freqüència de bits. Hi haurà paquets que portaran 100 bites i els altres 50 perquè hi ha un temps per anar trossejant. El cas de streaming no trosseja la informació, sinó que simplement l'envien en forma de freqüència de bits un darrere l'altre. Heu anat segur a un aeroport no? Oi que a vegades t'has trobat que no has anat directament a l'avió a peu sinó que ens han recollit amb un autobús. Doncs quan et recullen amb l'autobús, vol dir que ja sou tots allà els que anireu a l'avió. Tots els passatges que pugen a l'avió pugen al bus, si s'omple un es fa un segon o així successivament. I quan un s'emplena doncs marxa. Això és la forma amb què es comuniquen dues aplicacions informàtiques. L'streaming és l'autobús normal, tu vas a la parada i si l'autobús és allà, hi puges i si no hi és, l'esperes, però quan hi puges, durant l'estona que el bus para a una parada, va arribant gent i puja la gent, però quan l'autobús ha

de marxar Marxa, no espera que s'ompli, tant si pugen 4 com si en pugen 10. Això és l'streaming. I l'streaming ja vol dir això, que va amb seqüència i, en canvi, l'altra és amb blocs.

Quin és el futur de l'streaming?

Davide: sempre n'hi haurà més. Hi ha empreses que s'estan dedicant a proporcionar eines que tu necessites als teus dispositius. Per exemple, l'office 365 al final també és una forma de streaming perquè el Word no el tens al teu dispositiu sinó que el tens al servidor i el que tu reps és un streaming de què s'està executant en un altre lloc.

Josep: això cada dia va a més, l'evolució és un no parar. Per exemple, quan vam estar confinats, tothom va utilitzar el tema de les videoconferències i ara utilitzem la comunicació per videoconferència que en el fons és streaming, per comoditat.