PALCO23

COMPETICIONES

Melcior Soler (LaLiga): “Es sociológico: si el estadio está lleno, el espectáculo parece más interesante”

El director del área audiovisual de LaLiga repasó cómo la entidad empleó el audio y las gradas virtuales para hacer la experiencia lo más similar posible a ver un partido en un estadio lleno.

Palco23
5 nov 2020 - 15:45

¿Cómo hacer que el público se sienta como un estadio mientras sigue un partido desde el sofá de su casa? Esta es la pregunta que tuvo que hacerse LaLiga cuando la pandemia obligó a cerrar los estadios y celebrar los partidos a puerta cerrada. Melcior Soler, director del área audiovisual de LaLiga, dio el miércoles las claves de la estrategia de la entidad en la segunda jornada de Sports Business Meeting.

“Cuando empezaron los partidos a puerta cerrada nos planteamos seguir haciéndolos de manera a que recordara a la emisión con público, el objetivo es que los espectadores tuvieran la sensación lo más parecida posible”, ha apuntado Soler.

LaLiga empleó dos palancas: el audio y la grada virtual. “El uso del audio introducido

https://www.palco23.com/competiciones/melcior-soler-laliga-es-sociologico-si-el-estadio-esta-lleno-el-espectaculo-parece-mas-interesante

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

no es nueva –ha recordado el directivo-; los pioneros de las risas y aplausos enlatadas en televisión fue la serie *I Love Lucy*, en la televisión estadounidense de los años cincuenta".

> **"El objetivo es que los espectadores tuvieran la sensación lo más parecida posible a estar en el campo"**

En los partidos de fúbtol, las clave fue reproducir audios recogidos en cada estadio y acordes a cada jugada. Para ello, LaLiga trabajó con EA Sport, que usa esas mismas bandas en los partidos del Fifa.

La otra palanca fue el uso de gradas virtuales. "Con que recuerde a la realidad ya produce un efecto suficiente para televisión", ha señalado Soler. La importancia de las gradas es tal que ya desde 2015, LaLiga anima a los clubes a que la grada lateral esté lo más llena posible.

"Es sociológico, si vemos un espectáculo de cualquier tipo y el estadio o el teatro está lleno, y vemos el público, nos produce empatía, y nos da una impresión de que aquello es más real y más interesante", ha apuntado el directivo .

"Implementar esta tecnología es un reto tecnológico de gran magnitud: por un lado, esa grada virtual se tiene que ver en directo y, además, debe seguir siendo realista aún cuando la cámara se mueve -ha añadido-; tampoco puede perderse el balón cuando pasa por encima de la grada, y eso técnicamente no es fácil".

Con los estadios cerrados, LaLiga también optó por mantener los mismos formatos que en los partidos a puerta abierta, con ruedas de prensa al finalizar y entrevistas *flash* a pie de campo.

Aprovechando que no había público, LaLiga aprovechó además por cambiar las posiciones de las cámaras. "Muchas están a ras de césped para no tapar al público, y ahora pueden estar en la grada y con una cierta elevación", ha apuntado. Eso permite hacer un plano más picado y disimular mejor la falta de público en las gradas.

El *feedback* de la audiencia ha sido bueno: "sólo un 10% optan por ver el campo si público y sin audio", ha sostenido el directivo.

https://www.palco23.com/competiciones/melcior-soler-laliga-es-sociologico-si-el-estadio-esta-lleno-el-espectaculo-parece-mas-interesante

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

Sports Business Meeting es el primer gran evento del negocio del deporte después del estallido de la pandemia. A lo largo de tres días y en formato digital, Sports Business Meeting abordará cómo debe reconstruirse el sector bajo el lema ***Show must go on: el espectáculo del deporte tras el Covid-19***. El encuentro está organizado por Palco23 con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona y LaLiga y que cuenta con el patrocinio de CaixaBank y Johan Cruyff Institute. El diario Mundo Deportivo es *media partner* de la jornada.

https://www.palco23.com/competiciones/melcior-soler-laliga-es-sociologico-si-el-estadio-esta-lleno-el-espectaculo-parece-mas-interesante

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