

SESIONES CONFERENCIA ASIÁTICA DE CARRERAS, SEÚL 2018

PARTE 7

MÉTODOS PARA ALCANZAR Y EXPANDIR LA BASE DE AFICIONADOS A LA HIPICA



La manera de alcanzar y expandir la base de aficionados fue el tema abordado en la primera mitad de la tercera sesión plenaria de la 37° Conferencia Asiática en Seul. Niall Sloane, Director de Deporte de ITV, abrió la sesión con una mirada introspectiva sobre el enfoque de ITV sobre la hípica.

La presentación de Sloane, intitulada– “Les mencioné que se supone que debe ser divertido?” – reveló que los índices de audiencia del famoso Gran Nacional se han incrementado en un

45% desde que ITV tomó control de la cobertura, habiendo sido esta cadena recientemente premiada por BAFTA (Academia Británica de Artes Cinematográficas y Televisivas) por la mejor cobertura deportiva durante el año 2017.

“La mayoría de la gente que está en un hipódromo está perdiendo dinero, pero están pasándola fenomenalmente mientras lo pierde, y es este concepto de divertirse el que tenemos que trasladar a la gente. El deporte es popular y ningún espectáculo alcanza una audiencia más grande que el Gran Nacional. Sin embargo, la hípica necesitaba un enfoque fresco, más alcanzable,” manifestó.

“La hípica debe resolver lo que desea ser, y nosotros - las emisoras - tenemos el trabajo de transmitirle eso a la gente. Lo único que necesitamos es tener una audiencia mayor y necesitamos explicarle a esa audiencia lo que significa la hípica, para mostrarle sus atributos únicos y para atraer más gente que asista a los encuentros. Como emisoras, somos su ventana hacia el mundo. Podemos mostrarles el drama, la pasión y la acción a través de lo que se capta en video en cada hipódromo.”

Sloane finalizó diciendo: “La hípica es un deporte complejo y necesita toda la ayuda que pueda conseguir. Hay que lograr que las carreras sean divertidas, el lenguaje sea sencillo de comprender y simplificar las apuestas. Y, por sobre todo, recordar que la hípica es un deporte extraordinario y que nada se le parece.”

La Dra Oonagh Chan, Consultora Senior en Medios, Tecnología y Producción de Contenidos del Hong Kong Jockey Club, lleva 42 años trabajando en la industria de medios y es experta en diseño de sistemas de producción televisiva y tecnologías de pantallas gigantes. Chan compartió su punto de vista acerca de las próximas tendencias televisivas y la aplicación de nuevas tecnologías en cobertura deportiva en televisión.

Explicó al auditorio que el hecho de cambiar de escenario en cuanto a la transmisión tendría consecuencias significativas acerca de cómo evoluciona el deporte en la próxima década y en el futuro.

“Para el aficionado moderno la experiencia debe ser envolvente e inmediata – en cualquier lugar, en cualquier momento, en cualquier plataforma y con cualquier dispositivo. La mayor parte de la gente tiene dos o tres dispositivos y quieren que su contenido esté disponible en todos ellos,” indicó.

De acuerdo con Chan, la cobertura de deportes en televisión, incluyendo la cobertura de carreras, debe estar lista para adaptarse a los cambios, alineándose con las últimas tecnologías, tales como el uso de un sistema de cableado y levas de dos puntos como el que se usó en la recta trasera durante el Kentucky Derby 2018 operando a 128 km/h. “Este tipo de tecnología trae la acción más cerca de los espectadores, permitiéndoles sentirse involucrados. Estamos permanentemente buscando nuevas tecnologías para traer una mejor experiencia al espectador.”

En conclusión, la Dra Chan expresó que puede ver la movilización de tecnologías como la forma de avanzar: “Por ejemplo, si montamos una cámara de 360 grados sobre la gorra de un jockey durante una carrera, permitimos a los espectadores cambiar el ángulo de la cámara para ver a los otros caballos durante la carrera y eso cambia la forma en que esa carrera se ve.”

Continuando con el tema de satisfacer al cliente espectador, Min Ki Shim, Gerente Asociado del Departamento de Marketing del Korea Racing Authority, hizo una presentación acerca de la cultura de Deportes en formato electrónicos (eSports) que se encuentra en veloz expansión. La industria de los eSports tiene una base de aficionados que crece rápidamente a nivel global, con decenas de miles de aficionados que visitan estadios para ver los partidos de su liga. Encontrándose las carreras en una búsqueda para expandir su base de aficionados cada vez más escasa, Shim explicó los factores que conducen al crecimiento explosivo de los eSports, particularmente en Corea, y cuáles son las lecciones que podría aprender el Deporte de Reyes del Rey de eSports.

Shim destacó la increíble popularidad de la estrella coreana de eSports Lee Sang-hyoek, conocido como “Faker” (“Farsante”) quien gana anualmente entre USD 3-4 millones. Esta estrella de 22 años afirma tener millones de seguidores en redes sociales y, en comparación con la hípica, ha generado más de tres veces la cantidad de resultados de Google referentes al Triple Coronado norteamericano en 2015, American Pharoah.

A pesar de las diferencias, Shim hace hincapié en que la hípica y los eSports podrían encontrar puntos de paridad particularmente valiosos, recordando al auditorio que la tasa de retención de información a un nivel principiante es crítica. Hizo referencia a un estudio del Laboratorio de Juegos del MIT que demostró que los megajuegos más exitosos tienen un tutorial efectivo y atractivo para los nuevos jugadores.

“Para que los principiantes se involucren en los eSports, así como en la hípica, el brindar información es esencial, pero debe resultar fácil de comprender y ser conciso,” expresó.

Seguinos en:   