

DEPORTES

Liberty Media compra la Fórmula 1 y arma un agresivo plan para devolverle la emoción de sus «años dorados»

El Ciudadano · 24 de enero de 2017





Liberty

Media, conglomerado multimedia que ya contaba con un 19.1% de la propiedad de la F1, se hizo con la totalidad de la F1 . Así lo anunció este lunes en un comunicado en el que además anunció la destitución de Bernie Ecclestone, que será sustituido en sus funciones de CEO por Chase Carey, que ya era presidente de la competición.

El conglomerado multimedia ya anunció el pasado mes que tenía guardados un total de 1.55 mil millones de dólares para realizar una nueva compra y se rumorea que el total de la operación rondaría unos 8.000 millones de dólares. Finalmente, este lunes se confirmó la operación, además de la vuelta de Ross Brawn a la F1 como director deportivo y el fichaje de Sean Bratches para encargarse del apartado comercial, márketing y la relación con los medios. Liberty Media no quiere perder más el tiempo y empieza con fuerza con ganas de recuperar el prestigio de una competición que va perdiendo fuelle año tras año entre los aficionados de todo el mundo. Todo ello, con un proyecto ambicioso que cree firmemente en las posibilidades de crecimiento que tiene la F1 basado en un cambio radical en la gestión.

Lejos de las ideas de Bernie Ecclestone y empujados por la gran gestión digital de otras competiciones como la Fórmula E, Liberty Media asume la propiedad de la F1 con el principal objetivo de aumentar su difusión acercándose a nuevos

mercados en los que todavía no estaba la competición. Uno de ellos es el mercado digital. La Fórmula E ha explotado muy bien dicho elemento con, por ejemplo, la creación de una aplicación en la que los aficionados pueden ser importantes en las carreras votando para que se le aplique una potencia extra a uno de los coches de la parrilla. Además, los aficionados pueden ver toda una carrera desde la cámara on board del piloto que escojan a través de su smartphone. Incluso se han creado carreras virtuales de eSport en las que los pilotos de la parrilla pueden competir con expertos jugadores en el simulador, ofreciendo dicho espectáculo en streaming en todo el mundo. Este es tan sólo un ejemplo en el que se pueden basar los nuevos propietarios de la F1 en un mundo que hasta el momento no quiso tocar Ecclestone.

Bernie no era experto en las redes sociales y las nuevas tecnologías. A sus 86 años nunca le importaron y no hizo nada para que las nuevas tecnologías hicieran de la F1 un espectáculo más vistoso y más adaptado a los nuevos tiempos y nuevas generaciones. Es por ello que Chase Carey, con la principal ayuda de Sean Bratches , tienen como principal meta abrir la mira de la F1 y explorar nuevos horizontes. “La F1 tiene un enorme potencial con múltiples oportunidades sin explotar. Trabajaremos con todos los socios para mejorar las carreras”, expresó Carey en un comunicado. Por su parte, Bratches explicó que “me animan las oportunidades de crecimiento del negocio, el trabajar codo con codo con los patrocinadores, los circuitos y los propietarios de los derechos de televisión, así como crear experiencias en persona y digitales para las nuevas generaciones”.

Una de las tareas de Bratches será el aumento de la promoción de los Grandes Premios. La intención es que cada carrera sea vista como un gran acontecimiento en todas sus citas del calendario. Para ello, los nuevos jefes de la F1 darán mucha importancia a las actividades previas a cada prueba para despertar el interés de los aficionados. Por su parte, con el fichaje de Brawn , con gran experiencia en la F1, el ‘gran circo’ se puede beneficiar de los grandes conocimientos del ingeniero para

establecer una normativa que se adecue al máximo a los intereses de todos los equipos para generar el mayor espectáculo. Sus grandes conocimientos técnicos pueden ir en beneficio de la competición y deben ser esenciales para que ésta recupere su estatus dentro del mundo del motor. El objetivo es que la emoción vuelva a la pista y que el triunfo no sólo sea cosa de un equipo. se busca una F1 imprevisible y divertida. Ello genera una gran duda: ¿impulsará Brawn una nuevas reglas para 2018 tras los cambios de 2017?

Los nuevos jefes están pensando nuevas fórmulas para hacer de la F1 un espectáculo más divertido que el actual . Una de ellas será también escoger los lugares idóneos para realizar las pruebas, no sólo rigiéndose por un criterio económico, dejando atrás las ideas de Ecclestone, que sólo se basaban en recaudar dinero. En este sentido, uno de los objetivos es que la F1 no pierda a sus circuitos más históricos y referentes, puesto que son parte de dicha competición y han sido un pilar básico en su crecimiento a lo largo de los años. De esta manera, Monza, Spa o Silverstone son algunos de los trazados que siempre deberían estar en el calendario, entendiendo Europa como parte fundamental del éxito de la competición.

Otra de las metas es la introducción de más circuitos urbanos de prestigio, copiando el modelo de la Fórmula E también en este caso. “Sólo tenemos una carrera en cada país. Queremos que la gente venga al destino durante toda una semana, un gran espectáculo y capturar a toda la ciudad. Tenemos que hacer un trabajo mejor para conectar a los aficionados con nuestras estrellas. Es una gran oportunidad”, comentó Carey, que habló de Nueva York, Los Ángeles, Miami y Las Vegas como posibles destinos de la F1 en un futuro.

Fuente: [El Ciudadano](#)