

## COMPETICIONES

# GoPro acelera con MotoGP y la NHL ante la irrupción de FirstV1sion

M.M.A.

10 abr 2015 - 12:31

FirstV1sion se encuentra inmersa en la captación de fondos para el lanzamiento definitivo de su cámara subjetiva en alta definición que se adhiere a las camisetas de los deportistas. La compañía española es consciente de que uno de sus principales riesgos es el gigante GoPro, que además ha empezado a marcar terreno en las últimas semanas con grandes contratos.

La compañía, pionera en el negocio de las cámaras de filmación que permiten grabaciones desde el punto de vista del deportista, acaba de firmar un acuerdo por cinco años con MotoGP. En virtud del acuerdo, GoPro pondrá su nombre al Gran Premio de Alemania y se convierte en la cámara portátil del Mundial de Motociclismo. "Es un gran socio para el campeonato, con sus cámaras que capturarán brillantemente la alta adrenalina de la carrera desde el mismo corazón de la acción", según explica Pau Serracanta, director general de Dorna Sports.

La organizadora del campeonato utilizará las cámaras de MotoGP para ofrecer al espectador la posibilidad de observar un adelantamiento a bordo de la moto en alta definición, así como "perspectivas inmersivas" de la carrera y escenas de cómo se vive la carrera desde los boxes. Además, GoPro dispondrá de espacios para promocionar sus productos e interactuar con los aficionados en distintos grandes premios, incluido el de España, que se celebrará en el Circuito de Barcelona-Catalunya el próximo 3 de mayo.

GoPro ya firmó en enero su primer gran acuerdo con una competición. Se trata de la National Hockey League (NHL), una de las ligas más seguidas en EEUU, que ha incorporado las cámaras de la empresa en los cascos de sus jugadores para ofrecer un nuevo punto de vista a los espectadores. El contrato, al igual que el de MotoGP, ha sido posible gracias a la alianza de GoPro con la tecnológica Vislink, que le ha permitido introducir la opción de transmitir las imágenes en HD y en directo.

La gran ventaja de FirstV1sion respecto a GoPro sigue siendo el diseño de su cámara. La tecnológica, acelerada por Wayra e inmersa en una ronda de financiación para captar entre 1 millón y 2,5 millones de euros, ha desarrollado una cámara en alta definición que se adhiere a la camiseta del deportista e incluso es capaz de captar el

---

# PALCO23

---

estado de ánimo del mismo a través de sensores.

En otras palabras, la empresa fundada por José Ildfonso es que su producto puede utilizarse en deportes donde no se utilizan cascos, como fútbol, baloncesto o tenis; de hecho, ya tiene un acuerdo con la Euroliga. Por el contrario, GoPro de momento sólo está introduciendo su tecnología para retransmitir eventos deportivos donde las protecciones son obligatorias, como el hockey hielo, el motociclismo o el esquí.