

Mediapro lanza un canal de Fórmula 1 para toda Latinoamérica

Palco 23
18 nov 2014 - 05:00

Mediapro iniciará a comienzos de 2015 las emisiones de un canal dedicado exclusivamente a la Fórmula 1 y que podrá verse en toda Latinoamérica, a excepción de Brasil. El lanzamiento llega después de que a inicios de año se hiciera público que la productora catalana arrebató a la Fox los derechos audiovisuales del campeonato automovilístico en esta región hasta 2019. El importe pagado a Formula One Management, gestora de la F-1, podría rondar los cien millones de euros por temporada.

El nuevo canal, que emitirá durante las 24 horas del día, será producido y distribuido junto a Direct TV, el operador norteamericano de televisión por satélite que también es propietario de los derechos de emisión de la NFL y que negocia su fusión con AT&T. "Emitirá en directo todos los grandes premios, diez de ellos en exclusiva, así como carreras de clasificación, entrenamientos, entrevistas, reportajes, etcétera", aseguran desde la compañía. Una de sus ventajas es el interés de la organización por extenderse en la región, donde hoy solo tiene carreras en Brasil y México.

Mediapro se ha hecho con los derechos para cualquier tipo de emisión, tanto a nivel de plataformas como en los formatos de pago y en abierto. En este sentido, cabe destacar que la compañía liderada por Jaume Roures y Tatxo Benet han decidido aliarse con la anterior dueña de los derechos, Fox, para emitir de forma compartida los otros diez grandes premios. "Es uno de los contenidos *premium* más destacados del mundo y de una gran importancia para el emergente mercado hispanoamericano, con una audiencia potencial de televisión de 400 millones de espectadores", argumenta la productora controlada por Imagina.

No es el primer acuerdo de Mediapro con la F-1, ya que en 2009 arrebató a Telecinco los derechos audiovisuales para España. Entonces, la compañía revendió las emisiones a la cadena de Mediaset durante tres campeonatos, pero desde 2012 es Antena3 la que tiene los derechos para emitir en abierto. El acuerdo inicial era hasta 2013, pero la multinacional capitaneada por Bernie Ecclestone accedió a renovar dos años más el contrato. En total, Mediapro podría haber desembolsado unos 200 millones durante estos siete años.

Telefónica ha adquirido ya este año los derechos para emitir la competición automovilística en su plataforma de pago Movistar, con la opción de seguir las carreras en HD y sin interrupciones publicitarias. Está por ver qué sucederá a partir de 2016, año en el que es probable que la compañía de telecomunicaciones intente adquirir directamente los derechos de la F-1 sin tener que acudir a Mediapro como mero intermediario.