

La Fórmula Uno continúa su apuesta por los deportes electrónicos



La Fórmula Uno anunció esta semana la tercera temporada de su campeonato de deportes electrónicos, una apuesta que mezcla la competición a través de internet con las pruebas presenciales en Grandes Premios y en la que ha duplicado el importe de los premios hasta los 500.000 dólares (447.000 euros).

La competición de 'eSports' de la categoría reina del automovilismo tuvo como campeón la temporada pasada al joven 'gamer' inglés Brendon Leigh, de 19 años, a los mandos de un Mercedes virtual en el simulador oficial de la competición, el videojuego F1 2018 elaborado por la compañía inglesa Codemasters.

«La temporada pasada fue decisiva para los 'eSports' en la Fórmula Uno con la entrada de los equipos oficiales y récords de audiencia», aseguró en un comunicado el director comercial de la Fórmula Uno, Sean Bratches, en referencia a los 5,5 millones de espectadores que vieron las pruebas en televisión o por internet.

El objetivo, según Bratches, es que esta edición sea «mayor y mejor», ya que el

campeonato de automovilismo entiende que el potencial de las competiciones electrónicas es «una oportunidad comercial» y «sobre todo, una manera de que el deporte pueda enganchar a la próxima generación de aficionados».

El campeonato, que se disputa en diferentes plataformas (PlayStation 4, Xbox y ordenador personal) cuenta con una primera fase de clasificación en tres torneos en la red que tendrán lugar a partir del 8 de abril, tras los cuales son elegidos los mejores 40 pilotos para el 'Pro Draft'.

Esta prueba, que tendrá lugar el 16 y 17 de julio en el 'Gfinity eSports Arena' de Londres, permitirá a los equipos seleccionar a los pilotos a los que elegirán para defender sus escuadras virtuales durante el campeonato, a los que ofrecerán un contrato para la temporada, en las denominadas 'Pro Series'.

En estas competiciones, que tendrán lugar entre septiembre y diciembre y pasarán de ser tres a cuatro, aunque la Fórmula Uno no ha confirmado dónde tendrán lugar, se disputarán con la misma estructura del campeonato presencial, e incorporarán la novedad de esta temporada: el punto extra al piloto que realice la vuelta más rápida en cada carrera si está entre los diez primeros.

La competición, cuya denominación completa es 2019 F1New Balance Esports Series tiene el patrocinio de la marca estadounidense de ropa deportiva, así como la compañía de equipamiento para videojuegos Fanatec, el desarrollador del videojuego Codemasters, la organizadora de 'eSports' Gfinity o la empresa de mensajería DHL.

Además, la Fórmula Uno planea lanzar una competición solo para pilotos de 'eSports' chinos en verano, con el objetivo de ofrecer una oportunidad de que los aficionados al 'simracing' del gigante asiático puedan entrar en el 'Pro Draft' de la temporada 2020.