

12 jun, 2014 09:00 CEST

¡Únase a la acción! Vea los momentos más destacados de la FIFA World Cup™ 2014 en un televisor Sony 4K, en su tienda más cercana

Próximamente, fútbol en 4K en su tienda más cercana

Vamos a ofrecer el visionado de los momentos más importantes de la FIFA World Cup™ 2014 en Sony Store (Rambla de Cataluña, 121 – 08008 Barcelona) y otros puntos de venta seleccionados, lo que le ofrecerá la oportunidad de experimentar la pasión del fútbol con la resolución y el sonido 4K ganadores en los modelos BRAVIA X95 y X9.

Sony pone en marcha iniciativas corporativas para 4K, entretenimiento, servicio de red y RSC en la Copa del Mundo de la FIFA 2014

Sony, socio oficial de la FIFA, acelerará las iniciativas estratégicas para aprovechar al máximo los puntos fuertes de todas las compañías de Sony Group y su colaboración con la FIFA (Fédération Internationale de Football Association).

Con motivo de la Copa del Mundo de la FIFA Brasil 2014 (2014 FIFA World Cup Brazil™), que se inaugura hoy 12 de junio de 2014, Sony se ha centrado en las áreas de “4K”, “entretenimiento”, “servicios de red” y “CSR,” y propone iniciativas clave en cada una de las categorías siguientes.

¿Qué mejor que sumergirse en la atmósfera, el color y la acción de la FIFA World Cup™ 2014 de este verano? Cámbiese a un nuevo televisor BRAVIA™ 4K y disfrute de toda esa emoción desde Brasil con imágenes y sonido

impactantes.

Esta temporada, la línea de televisores 4K de TV de Sony la encabeza el BRAVIA X9, televisor 4K oficial de la FIFA World Cup™ 2014. El BRAVIA X9 permite disfrutar de la calidad de la imagen y de sonido como nunca antes, y le trae a casa un auténtico ambiente de estadio de fútbol.

Aunque vea emisiones estándar en HD, la tecnología 4K X-Reality PRO exclusiva de Sony escala las imágenes hasta conseguir un detalle impresionante, aumentando 4 veces la resolución original en HD. Verá cada brizna de hierba y la concentración reflejada en el rostro de cada jugador.

Con solo tocar un botón el modo Live Football Mode recrea automáticamente el sonido como si estuviera en el mismo estadio. La nueva y elegante interfaz BRAVIA integra las noticias y momentos más relevantes de la FIFA™ y de otras fuentes. Social Viewing le conecta con la pasión de otros aficionados, mostrando tweets en pantalla en tiempo real a medida que se desarrollan los partidos. El videochat en Skype le permite compartir más aún la emoción con los amigos y la familia en todo el mundo, mientras ve el partido.

☒4K☒

Sony trae a este torneo sus productos de gran valor añadido y sus reconocidas prestaciones tecnológicas avanzadas, en el que podrá demostrar sus puntos fuertes al ofrecer soluciones sólidas que abarcan todo el proceso 4K, desde la filmación y producción hasta la experiencia de visualización. En colaboración con la FIFA, Sony busca ampliar la gama de oportunidades para que los espectadores puedan experimentar las imágenes 4K.

☒ Filmación y producción conjunta:

La FIFA producirá la película oficial 4K, que contendrá lo mejor del torneo. La FIFA grabará un partido de octavos de final, uno de cuartos de final y la final con el equipo de grabación 4K profesional de Sony. Sony ofrecerá soporte técnico extensivo a la FIFA, y ha desarrollado un sistema de producción 4K dedicado en directo que se utilizará durante la Copa del Mundo.

☒ Experiencia visual:

Antes de la finalización de la película oficial, Sony ofrecerá a sus clientes la oportunidad de ver avances promocionales de la película oficial en televisores LCD BRAVIA™ compatibles con 4K de Sony, con las acciones destacadas de los partidos seleccionados, todas con una resolución asombrosa de 4K/60P. Los asistentes a los estadios y a los eventos del Official FIFA Fan Fest de Brasil podrán disfrutar de los avances promocionales de la película oficial en cualquiera de los diez puestos de

visualización comercial que Sony habilitará en estos lugares y, además, clientes de todo el mundo podrán disfrutar de esta experiencia en 4K en las casi 20.000 showrooms y puntos de venta de Sony a nivel mundial.

Además de la experiencia en 4K, Sony también ofrecerá a la FIFA una amplia gama de equipo de difusión y producción HD, que incluye aproximadamente 300 cámaras. Con estas cámaras se grabará cada partido del torneo, que se distribuirá para su visualización en alta definición.

☒ **Entretenimiento**

Sony también incorpora su gama de productos de entretenimiento de Sony Group para promocionar la emoción y la pasión del torneo a través de la música en Brasil y en todas las partes del mundo.

☒ El concurso global de música “SuperSong”:

Desde el pasado diciembre de 2013 y durante tres meses, Sony y las compañías de Sony Group celebraron el concurso global de música “SuperSong” para compositores noveles, con la colaboración especial de Ricky Martin. Se enviaron más de 1.600 canciones, y la canción ganadora, “Vida,” ha sido interpretada por Ricky Martin y grabada para el álbum oficial de la Copa del Mundo de la FIFA 2014. (Si desea más información, consulte el [anuncio realizado el 15 de noviembre de 2013](#)).

☒ Las canciones oficiales de la Copa del Mundo:☒

Sony Music Entertainment (“SME”) y la FIFA presentaron “We Are One (Ole Ola)”, la canción oficial de la Copa del Mundo de la FIFA 2014, de la nueva sensación musical internacional Pitbull, con la participación de Jennifer Lopez y la brasileña Claudia Leitte. La canción se interpretará en la ceremonia de apertura, lo cual contribuirá a aumentar todavía más la emoción de los partidos. (Si desea más información, consulte el [anuncio conjunto del 23 de enero de 2014](#)). Asimismo, en la ceremonia de clausura el legendario guitarrista, Carlos Santana, y otros artistas interpretarán el himno oficial “Dar um Jeito (We Will Find A Way/Encontraremos el camino)”.

☒ El Álbum oficial de la Copa del Mundo:

Las canciones mencionadas también se incluyen en el Álbum oficial, “One Love, One Rhythm”, de SME de la Copa del Mundo de la FIFA 2014, con un total de 14 canciones (edición estándar). (Para obtener información detallada, consulte el [anuncio del 8 de abril de 2014](#)). El álbum también incluye a Mika Nakashima y a Miliyah Kato y su tema “Fighter (Tachytelic World Cup Brazil 2014 Remix)”. De las canciones incluidas en el Álbum oficial, los [vídeos musicales](#) de “We Are One (Ole Ola)” y “Vida” también pueden verse en 4K en los showrooms y puntos de ventas de Sony en todo

el mundo.

☒ **Servicios de red (digitales y sociales)**

Además de las formas convencionales de disfrutar del fútbol, como ver los partidos en el estadio o en la televisión y otras redes de los medios de comunicación, Sony ofrecerá una nueva experiencia interactiva de la Copa del Mundo en la que los espectadores podrán compartir la emoción de esta competición a través de diversos servicios de red.

☒ El sitio web del portal “One Stadium”:

Sony ha lanzado “One Stadium” (<http://football.sony.net>), un portal web que sirve como centro global para la comunicación de los aficionados del fútbol, que ofrece un amplio abanico de proyectos y contenido, como por ejemplo acceso al concurso de “SuperSong” ya mencionado. Al maximizar las posibilidades que ofrece el espacio de comunidad en línea, Sony se propone reunir a todos los aficionados de todo el mundo para que puedan compartir su pasión e inspiración mediante los proyectos siguientes:

- **Sitio de red social “One Stadium Live”:** Clasifica y ofrece los temas más populares y más recientes sobre el fútbol provenientes de Twitter etc. en un sitio para su consulta inmediata.

- **Los informes del “Fan Ambassador”:** Un número de aficionados, en representación de 11 países, se han estacionado en Brasil, preparados para contarnos la acción sobre el terreno.

- **El concurso de fotografía “UNITED”:** Un concurso de fotografía, derivado del concurso de fotografía más importante del mundo “[Sony World Photography Awards](#)”, y que tiene por tema el “fútbol”, está previsto que empiece el día antes de la competición.

- Otros proyectos incluyen entrevistas con los artistas del Álbum oficial, y colaboraciones con la aplicación social de lectura de noticias de Sony, “Socialife News”.

☒

Colaboración con la “FIFA Interactive World Cup”:

© FIFA.com	© FIFA.com
© FIFA.com	

Como socio oficial de la FIFA, Sony aporta además una nueva manera de disfrutar del fútbol a la comunidad de juego en línea a través de la FIFA Interactive World Cup (“FIWC”), organizado por la FIFA. Sony Computer Entertainment Inc. (“SCE”) y Electronics Arts Inc. son socios colaboradores de la FIWC, que es la competición de juego en línea más grande del mundo. FIWC utiliza PlayStation® como consola de juego oficial, y los juegos

eliminatórios en línea se juegan con el servicio de red PSN de PlayStation®. Esta competición es la única de este tipo en la gama de eventos de la FIFA que permite a los aficionados del fútbol de todo el mundo competir en un torneo de Copa del Mundo de la FIFA. Más de 2,5 millones de usuarios de PlayStation® de todo el mundo participaron en esta competición el año pasado, todos aspirando a disfrutar del honor de convertirse en el campeón del mundo. La FIWC 2014 se puso en marcha en octubre del año pasado y la Final tendrá lugar en Río de Janeiro durante la competición real de la Copa del Mundo.

☒ RSC

Como parte de su responsabilidad social corporativa (RSC) de ser una compañía global, Sony participa en diversas acciones con el fin de ofrecer apoyo a los niños de todo el mundo y conformar una comunidad mejor y más sostenible. En la recta final de la competición, Sony continúa con estas acciones a través de las iniciativas siguientes:

☒ Programa “Dream Goal 2014”:

Sony ha puesto en marcha los dos proyectos siguientes en colaboración con la FIFA y streetfootballworld gGmbH para beneficiar a los niños de un total de 12 países de América Central y América del Sur, incluido Brasil, el país anfitrión del torneo, además de África y otros países y regiones. Para obtener información detallada, consulte el sitio [“Dream Goal 2014”](#)

- **“Street Football Stadium”**: Este proyecto ofrece estadios móviles y talleres educativos cuyo objetivo es fomentar las habilidades de liderazgo y diálogo a través del fútbol, y está dirigido a más de 14.000 niños. Los talleres, siguiendo un programa planificado, se celebrarán durante un evento de 46 días de la mano de streetfootballworld en Río de Janeiro, y empezarán el 5 de junio. Los estadios se podrán seguir utilizando en el campo de educación local, incluso después de que finalice el torneo.

- **“Siyakhona Media Skills”**: En colaboración con la FIFA, este proyecto ofrece apoyo a jóvenes con capacidad de liderazgo de 11 países a través programas de formación de medios de comunicación con productos Sony, además de ofrecerles la oportunidad de compartir su mensaje visual con el mundo.

Ambos proyectos conectan comunidades desfavorecidas con la comunidad global, a través de diseños y fotografías que pueden colgar en el sitio del portal “One Stadium”.

☒ Proyección pública:

Durante todo el periodo de la competición, Sony albergará los actos de proyección pública en colaboración con JICA (Japan International Cooperation Agency) en Costa de Marfil, uno de los representantes de África

del torneo. Se utilizará el equipo de Sony para proyectar los partidos de fútbol en alta definición. Además, Sony también ofrecerá su propio sistema de suministro de energía en áreas sin electricidad, gracias a las baterías recargables de litio-ferrofosfato, de estructura olivina. Ingenieros de Sony ofrecerán también soporte técnico sobre el terreno. (Para obtener información detallada, consulte el [anuncio conjunto del 28 de mayo de 2014](#)). Los informes de vídeo de este proyecto se subirán al portal “One Stadium”.

☒Otras actividades

[img width="112" height="107" src="file:///C:/Users/esvillab/AppData/Local/Temp/msohtmlclip1/01/clip_image027.jpg" align="left" v:shapes="_x0000_s1040">

Sony también ofrece su apoyo al programa “Flag Bearer” que invita a niños (de edades comprendidas entre 12 y 17 años) a entrar en el estadio portando la bandera de la FIFA en las ceremonias previas al inicio de la competición, y también al programa “Fan Photographer” que proporciona acceso a los fotógrafos a una zona designada para realizar fotografías dentro del estadio para fotografiar a los jugadores durante la fase de calentamiento previa al partido. Estos programas se han puesto en marcha junto con otras campañas de promoción de ventas de las compañías de Sony Group, todo ello para ofrecer a los aficionados del fútbol la experiencia inolvidable de estar en el mismo campo que sus héroes.☒☒

☒☒☒

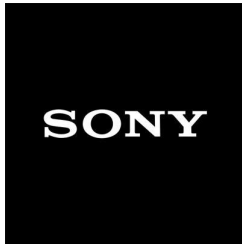
En la Copa del Mundo de la FIFA 2014, el objetivo de Sony es potenciar el poder y la emoción del fútbol, para continuar ofreciendo valor añadido al optimizar los puntos fuertes de su tecnología puntera como la imagen en 4K, y toda una amplia gama de activos de electrónica, juegos y entretenimiento.

Acerca de Sony Corporation

Sony es un fabricante líder en productos de audio, vídeo, juegos, comunicaciones y tecnologías de la información tanto para el mercado de consumo como profesional. Con sus divisiones de música, imagen, entretenimiento y on-line, Sony tiene un posicionamiento único para ser la compañía de electrónica y entretenimiento líder de todo el mundo. Sony consiguió unas ventas anuales consolidadas de aproximadamente 75.000 millones de dólares durante el año fiscal finalizado el 31 marzo 2014.

Página Web Global de Sony: <http://www.sony.net/>

Contactos



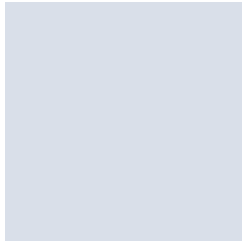
Jorge Gállego

Contacto de prensa

Responsable Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa
España y Portugal

jorge.gallego@sony.com

+34 93 402.64.00



Loic Malroux

Contacto de prensa

PR Manager

TV & Audio

loic.malroux@sony.com

+34617405603