L'importanza dei nuovi mezzi tecnologici nella fruizione al pubblico di tutto il mondo delle grandi manifestazioni sportive

Mark Grinyer - *Head of 3D and Sports Solutions at Sony Professional*

Le esperienze che viviamo ogni giorno diventano sempre più ricche, intense, immediate e personali.
Gli eventi circostanti sono fonte di ispirazione e le influenze economiche, sociali e tecnologiche ci spingono verso l'innovazione. Gli attori del settore media e broadcast vedono continuamente cambiare il loro modo di operare e di essere in un ambiente in costante evoluzione.

Eventi sportivi di grande richiamo, come la **Coppa del Mondo**, possono unire una nazione nella speranza, ma anche generare indignazione sull'uso della tecnologia nello sport, sia per quanto riguarda quella usata durante le partite, che quella utilizzata per portare le immagini nelle case . Quest'anno, per la prima volta, la **Coppa del Mondo** è stata prodotta in **3D** e, in qualità di membro del team che sta contribuendo a realizzare queste immagini mai viste prima, sono estremamente emozionato pensando all'opportunità che può offrire il **3D** in ambito commerciale e creativo.

Il 3D è diventata una delle tendenze tecnologiche più attese degli ultimi 18 mesi; è in continua evoluzione ed è destinato a rivoluzionare la nostra esperienza di visione delle immagini televisive. Il mercato dell'elettronica di consumo è in fermento per il **3D**, con nuovi televisori e tecnologie in arrivo nei negozi. Tuttavia, gran parte del dibattito intorno all'adozione del **3D** non è proprio sulla disponibilità della tecnologia, quanto sull'esistenza di contenuti che possano essere visualizzati sui nuovi prodotti.

La **Coppa del Mondo** e i grandi eventi sportivi in generale stanno offrendo una piattaforma ideale per testare la tecnologia di acquisizione delle immagini **3D** e distribuire, per la prima volta, riprese **3D** agli spettatori. Mentre **Sony** si trova in una posizione privilegiata per offrire una catena di produzione live in **3D** per la **Coppa del Mondo**, produttori, broadcaster e società di produzione si interessano all'evoluzione del progetto per valutare se la **TV 3D** rappresenta davvero il futuro. Personalmente penso che lo sarà e, se il settore broadcast non andrà incontro all'innovazione e non soddisferà la domanda degli utenti finali, rischiamo di restare indietro rispetto ad altri settori, come i videogiochi e il cinema.

Con gli eventi sportivi in calendario per i prossimi due anni, come ad esempio le **Olimpiadi di Londra 2012**, i broadcaster potranno contare su spettatori sicuri. La **tecnologia 3D** può essere utilizzata per offrire al pubblico un'esperienza visiva superiore.

Ora è tempo per i broadcaster di trovare il modo per implementare queste tecnologie.

La continua innovazione è l'unica strada che il settore broadcast europeo può percorrere per mantenere la sua posizione di leadership.