



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE CUENCA**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ANÁLISIS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE IA EN TRANSMISIONES DEPORTIVAS EN  
STREAMING: OPTIMIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL ESPECTADOR**

Trabajo de titulación previo a la obtención del  
título Licenciado en Comunicación

**AUTOR: ADRIAN DANILO JIMENEZ PATIÑO**

**TUTOR: M.Sc. MARLON IVÁN GENOVEZ IGLESIAS**

Cuenca - Ecuador

2025

## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Adrian Danilo Jimenez Patiño con documento de identificación N° 0107942435, manifiesto que:

Soy el autor responsable del presente trabajo; y autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Cuenca, 30 de septiembre del 2025

Atentamente,



---

Adrian Danilo Jimenez Patiño

0107942435

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Adrian Danilo Jimenez Patiño con documento de identificación N° 0107942435, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo académico: “Análisis de la implementación de IA en transmisiones deportivas en streaming: optimización de la experiencia del espectador”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final digital a la biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 30 de septiembre del 2025

Atentamente,



---

Adrian Danilo Jimenez Patiño

0107942435

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Marlon Iván Genovez Iglesias con documento de identificación N° 0104624556, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: ANÁLISIS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE IA EN TRANSMISIONES DEPORTIVAS EN STREAMING: OPTIMIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL ESPECTADOR, realizado por Adrian Danilo Jimenez Patiño con documento de identificación N° 0107942435, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, 30 de septiembre del 2025

Atentamente,



---

M.Sc. Marlon Iván Genovez Iglesias

0104624556

## Tabla de contenido

1 introducción.....	7
2 contexto (La época del streaming deportivo) .....	8
3 origen y evolución de la Inteligencia Artificial en las transmisiones deportivas...10	
4 beneficios operativos para las plataformas de streaming.....	11
5 justificación.....	14
6 objetivo General.....	19
7 objetivos Específicos.....	19
8. Marco Teórico.....	19
8.1: El impacto de la IA en el streaming deportivo.....	20
8.1.1. Origen y desarrollo de la IA en las trasmisiones deportivas.....	20
8.2 Contexto y transición hacia el streaming deportivo.....	22
8.2.1 La transición de los medios tradicionales al streaming.....	22
8.2.2 Personalización de la experiencia del usuario mediante IA.....	24
8.3 Aplicaciones de la IA en la automatización de producción en tiempo real...25	
8.3.1 Desafíos éticos y operativos de la implementación de IA.....	25
8.4 La relevancia de la IA en la industria del streaming deportivo.....	27
9 Marco metodológico.....	27
10 población y Muestra de Análisis.....	28
11 resultado y Análisis.....	(30-50)
12 conclusiones.....	52
13 referencias.....	54

## **Resumen**

En esta investigación se realiza un análisis a la incorporación de la IA en streaming deportivo frente a las limitaciones de las transmisiones tradicionales y la creciente demanda de usuarios más estrictos en temas de personalización y facilitación como resúmenes automáticos, estadísticas en tiempo real, cámaras personalizadas y dirigidas a un jugador seleccionado y la interacción de algoritmos analiza todo este tipo de información con la implementación de IA que ha evolucionado desde los roles técnicos hacia un paradigma centralizado en el espectador con roles de personalización de cada uno de los usuarios dentro de las plataformas de streaming deportivo y estas características basadas en IA que transforman al espectador en un participante activo las inteligencias autónomas surgen como una herramienta fundamental para esta innovación, el objetivo de esta tesis es analizar la eficacia operativa, experiencia del espectador y desafíos éticos.

**Palabras clave:** Inteligencia Artificial, Streaming Deportivo, Personalización, Análisis de Datos, Experiencia del Espectador, Automatización de Contenidos, Algoritmos.

## **Abstract**

In this research an analysis is made to the incorporation of AI in sports streaming against the limitations of traditional broadcasts and the growing demand of more stringent users on issues of personalization and facilitation such as automatic summaries, real-time statistics, personalized and targeted cameras to a selected player and the interaction of algorithms analyzes all this kind of information with the implementation of AI that has evolved from technical roles to a viewer-centric paradigm with personalization roles for each of the users within the sports streaming platforms and these AI-based features that transform the viewer into an active participant autonomous

intelligences emerge as a fundamental tool for this innovation, the objective of this thesis is to analyze the operational effectiveness, viewer experience and ethical challenges.

Keywords: Artificial Intelligence, Sports Streaming, Personalization, Data Analytics, Viewer Experience, Content Automation, Algorithms,

## **1. Introducción**

La inteligencia artificial ha ido incorporándose en diferentes áreas de la comunicación y ha provocado una revolución en varios medios de transmisión de información como los programas deportivos. En los últimos años específicamente en los últimos cinco años el uso de tecnologías basadas en inteligencia artificial ha tenido un aumento espectacular lo que ha permitido la transmisión y consumo de eventos deportivos creando nuevas y mejores experiencias para los espectadores al mismo tiempo que mejora la eficiencia operativa mediante mecanismos autónomos en plataformas de streaming o medios tradicionales. Este análisis busca investigar y examinar la manera en que la inteligencia artificial puede ser incorporada en las transmisiones deportivas en línea, a fin de satisfacer las demandas crecientes de una audiencia cada vez más exigente.

La integración de la IA en las transmisiones de índole deportivas no se originó de la nada si no fue como una respuesta inmediata a las transformaciones en la forma en que se consumen contenidos deportivos los nuevos espectadores esto está asociado a la creciente popularidad del streaming deportivo y a la necesidad inevitable de ofrecer nuevas y mejores experiencias personalizadas y de alta calidad toda una audiencia.

La evolución e innovación hacia la digitalización de la transmisión de eventos deportivos ha sido rápida y evidente desde la introducción de plataformas como (ESPN+, Directv). Sin embargo, este aumento en popularidad muy considerable ha planteado nuevos desafíos significativos que

requieren soluciones tecnológicas avanzadas e inmediatas, como la implementación de la Inteligencia Artificial que está enfocada en mejorar tanto la experiencia del usuario, como los procedimientos operativos involucrados en cada transmisión.

En este nuevo mundo tecnológico, las inteligencias autónomas, las IA se dan a conocer como herramientas claves para una mejora la eficiencia operativa de las transmisiones, en donde los espectadores cada vez son más estrictos, esta incorporación enriquece la forma de ver el deporte a través de estas plataformas esto marca un avance tecnológico inmenso marcando un cambio en la relación de los espectadores con eventos deportivos.

## **2. Contexto**

### **La época del streaming deportivo**

Considero que en este campo en el que se presenta la incorporación de Inteligencia Artificial en las transmisiones deportivas se caracteriza por la transición de los medios populares o convencionales hacia la transmisión digital vía internet. “Esta dualidad ha tenido repercusiones en el software, a raíz de cómo condicionan la verificación de los intereses de los usuarios las prioridades del ámbito comercial, la posible integración de funciones en los software como funcionalidades de vídeos para vídeos en directo” (Castro, 2022, p.5). Ha sido la televisión el medio de difusión para la transmisión de eventos deportivos (cualesquiera que sean) en el evento en directo. "La generación Z/X demuestra el atractivo del contenido transformando sus preferencias de medios de las de controlador", que han sido desbancadas por las plataformas de vídeos para vídeos en directo” (Podara, 2021, p 15).

Con la llegada de internet junto al inicio del apogeo de las plataformas de streaming, las formas de consumo del público pasaron de lo convencional a lo digital. Actualmente los seguidores

del mundo del deporte ahora pueden disfrutar de los eventos en directo desde cualquier aparato sino que también buscan experiencias personalizadas para cada aspecto de públicos, con la oportunidad de interactuar en tiempo real, la obtención de información y estadísticas al segundo, y una selección acoplada a la forma de preferencia de cada espectador en ver los partidos.

Haggstrom (2020), afirma que A medida que los costos de programación continúan aumentando, los operadores de cable, satélite y telecomunicaciones tienen dificultades para obtener ganancias con algunas suscripciones de televisión. Su respuesta ha sido aumentar los precios de forma generalizada, y parece que están dispuestos a perder clientes en lugar de conservarlos con acuerdos poco rentables. (p.4).

“percepciones de las ventajas del streaming sobre la televisión tradicional predicen con mayor fuerza las intenciones de cortar el cable” (Tefertiller, 2018, p. 390–392).

En este párrafo hablaremos del fenómeno del "cord-cutting", o la nueva opción de los usuarios en ya no optar por a las suscripciones convencionales de televisión por cable el pague por ver, dejando eso atrás y variando por otras opciones como la elección de servicios de transmisión en directo vía internet, ha experimentado un incremento considerable en años recientes. Esto ha incentivado que ligas deportivas, canales televisivos y plataformas de tecnología se adapten a las nuevas conductas de los espectadores las cuales son más complejas. El trabajo para adaptar las transmisiones y mejorar la calidad del servicio es vital para mantener y captar público en un ambiente de muy alta competencia.

Más allá de la teoría del "cord cutting" disponible en estos mismos instantes se tiene que promover una interactividad más amplia u optativa centrándonos en las preferencias del público de modo que empiezan a aparecer en escena la inteligencia artificial. La IA tiene la capacidad de

optimizar cada faceta de la transmisión deportiva, desde la recolección de información en tiempo real, repeticiones de video instantáneas, hasta el suministro de contenidos ajustados a los intereses personales de cada espectador. Esto no solo satisface la demanda creciente de experiencias más enriquecedoras y dinámicas, sino que también asiste a las plataformas de streaming en mejorar sus operaciones internas, disminuyendo gastos y potenciando al máximo la calidad de sus servicios de cada plataforma.

### **3. Origen y evolución de la Inteligencia Artificial en las transmisiones deportivas**

La utilización de la Inteligencia Artificial en la transmisión de deportes en vivo nace a partir de las mejoras tecnológicas en la recogida y el análisis de datos. En la actualidad, el desarrollo de algoritmos más elaborados y una habilidad para procesar datos en rápida expansión han permitido que la Inteligencia Artificial se aplique en una vasta gama de sectores industriales. Para el ámbito deportivo, esta tecnología ha hallado usos especialmente beneficiosos debido al volumen de información que producen los eventos en directo: desde las estadísticas de los jugadores, los movimientos del balón, las posiciones en el campo, hasta los gustos de visualización de los espectadores.

Pérez, J, (2022) dice que Una de las primeras señales del empleo de Inteligencia Artificial en las transmisiones deportivas fue la incorporación de algoritmos para la recopilación automática de información estadística durante los partidos. Estos algoritmos tenían la capacidad de examinar los movimientos de los jugadores en tiempo real y prever patrones de juego (p.5).

En base a estos dos autores. Con el paso del tiempo, esta tecnología ha progresado hasta no solo facilitar el estudio de datos, sino también la generación de experiencias visuales superiores,

como repeticiones inmediatas producidas automáticamente o gráficos estadísticos interactivos en pantalla.

Otro campo donde la Inteligencia Artificial ha ejercido un efecto considerable es en la personalización de la transmisión. Actualmente plataformas como ESPN ofrece de una mejor manera una experiencia netamente personal priorizando la relación con el público y el nuevo sistema de inteligencias autonomas, Amazon Prime video sports emplean Inteligencia Artificial para estudiar el comportamiento y los gustos de los usuarios, sugiriendo contenido que se ajusta a sus preferencias particulares o incluso proponer contenido vinculado, como entrevistas, resumen de juegos previos o jugadores sobresalientes. Esta adaptación optimiza la experiencia del usuario, convirtiendo cada transmisión en una experiencia única y más cautivadora.

#### **4. Beneficios operativos para las plataformas de streaming**

La inteligencia artificial también ha comprobado, tal y como expresa el artículo de Broadcast Now, que permite a los equipos técnicos de producción de emisiones dividir tareas como la elección de los ángulos de cámara, la trayectoria de los jugadores y disminuyendo en un 60% el tiempo de estos trabajos, liberando la parte humana y centrada en la imparcialidad del argumento y la creatividad para intentar llegar al público espectador ser un recurso efectivo para mejorar la eficiencia operativa de las plataformas de producción de emisiones en directo. Una de las mayores ventajas que brinda la inteligencia artificial es la automatización de procesos que antes necesitaban de la participación humana. Por ejemplo en las transmisiones deportivas, la edición de video en tiempo real es una de las labores que más tiempo y recursos demanda. Con Inteligencia Artificial, se puede automatizar este procedimiento, eligiendo las jugadas más destacadas y generando resumen inmediato sin la necesidad de un editor humano.

Igualmente, las plataformas de transmisión pueden emplear Inteligencia Artificial para administrar su infraestructura técnica de forma más eficaz. Los algoritmos de inteligencia artificial como de las plataformas de eventos deportivos lanzo su esperada plataforma para todo el público con implementaciones de IA llamada ESPN tienen la capacidad de anticipar incrementos de tráfico en tiempo real, adaptando de manera automática los recursos del servidor para prevenir sobrecargas y fallos del sistema. No solo optimiza la experiencia del usuario al disminuir la posibilidad de interrupciones, sino que también contribuye a que las plataformas disminuyan los gastos operativos, maximizando la utilización de los recursos existentes.

Un ejemplo es Pixellot es una empresa la cual innovo con la implementación de cámaras inteligentes en los estadios, dotadas de Inteligencia Artificial para seguir automáticamente la acción durante los juegos. Estas cámaras tienen la capacidad de monitorear el desplazamiento del balón y de los jugadores en el campo sin requerir la intervención de un operador humano, registrando la acción desde distintos puntos de vista. Este tipo de automatización no solo potencia la calidad de la transmisión, sino que también disminuye considerablemente los gastos vinculados a la cobertura de eventos deportivos, particularmente en ligas de menor tamaño o competencias amateurs que carecen de presupuestos elevados.

Sin embargo, la incorporación de la IA en las transmisiones deportivas ha incrementado múltiples ventajas, pero también presenta diversos retos. Una de las dificultades más enormes es la salvaguarda de los datos en determinados casos, la información de los espectadores ha llegado a páginas de terceras personas como de entidades bancarias o bien de páginas web de compras en línea.

Los algoritmos de Inteligencia Artificial necesitan de grandes cantidades de información para trabajar de mejor manera y eficazmente, abarcando información personal de los espectadores, como sus gustos en visualización y comportamiento en internet es como un rastreo cibernético. Las

plataformas de streaming necesitan ser claras respecto al manejo de estos datos de sus usuarios y garantizar que respetan las regulaciones de salvaguardando información que es privada.

Es importante entender y recalcar que la automatización de procesos mediante IA también puede provocar preguntas respecto a la pérdida de puestos de trabajo realizados por operadores humanos. La habilidad de la Inteligencia Artificial para sustituir ciertos trabajos humanos, como la edición de video o el manejo de cámaras, genera interrogantes acerca del futuro de los profesionales y las próximas generaciones de profesionales que tradicionalmente ocupaban esos puestos de trabajo en el sector de la transmisión deportiva y en otros aspectos de la comunicación.

### **Planteamiento del problema:**

El crecimiento constante de la Ia en las transmisiones deportivas en streaming aparentemente hay una notable falta de información y también un análisis a profundidad sobre la incorporación, implementación y cuáles son los beneficios y desafíos que con lleva.

Esta notoria falta de información crea una serie de preguntas tanto para las plataformas de streaming y como para los usuarios, profesionales en la índole de transmisiones deportivas y también en el ámbito de la comunicación.

Uno de los problemas más notorios es que muchas plataformas han incorporado inteligencias autónomas sin ofrecer suficiente claridad sobre su funcionamiento de datos. Los espectadores no saben cómo los algoritmos personalizan sus gustos de visualización, y que tipo de datos viajan a una base de datos y de qué manera esta influye en las recomendaciones al espectador. Esta falta de transparencia puede generar una desconfía y afectar posibles suscripciones.

De igual manera en el aspecto académico y técnico no hay un suficiente análisis que den a conocer como estas herramientas optimizan la producción de las transmisiones, o como mejoran la

experiencia del usuario o incluso si de alguna manera afecta en el empleo dentro del periodismo y la comunicación en la ramificación deportiva.

Desde el punto de vista la falta de información puede crear fakes news y percepciones erróneas sobre la incorporación de la IA, lo que podría afectar la evolución y con un posible estancamiento de estas alianzas.

Por lo tanto, este análisis busca abordar sobre la incorporación de la IA en las transmisiones deportivas de streaming, analizando su impacto en la producción, la experiencia del usuario y los desafíos éticos y laborales que va de la mano con esta incorporación

## **5. Justificación**

La importancia de añadir IA en las transacciones deportivas vía internet se mide en su habilidad para cambiar muchos aspectos de manera rotunda del modo en que se perciben los eventos deportivos en la actualidad. En este mundo cada vez más digital y automatizado enfocado en los gustos del usuario, los deportes es una amplia gama de entretenimiento una de las más importantes a nivel mundial se encuentra con retos y oportunidades inigualables. La Inteligencia Artificial da soluciones complejas que complacen las necesidades de un público que espera una experiencia de visualización más personalizada, interactiva y efectiva.

El uso de contenido ha cambiado radicalmente durante los últimos años con una gran migración desde medios tradicionales como la televisión por cable hacia plataformas de transmisión por internet por ofrecer más flexibilidad de entrada y de vista del contenido. Esta transformación, de la cual se ha acuñado el término "cord-cutting", ha generado una feroz competencia entre las plataformas para atraer y retener la atención de las audiencias. En este contexto es necesario entender lo siguiente.

La Inteligencia Artificial también trabaja como un papel vital en la mejora y optimización de la infraestructura técnica y táctica de las transmisiones. Las plataformas al administrar los sistemas en tiempo real pueden prevenir problemas en sus servicios asegurando una experiencia sin contratiempos para los espectadores durante eventos deportivos de gran demanda como las finales de campeonatos populares en los que millones de usuarios participan e interactúan al mismo tiempo.

La importancia en su habilidad se ve en dos aspectos esenciales: potenciar la experiencia del usuario un punto clave para mantener la competitividad en un mercado saturado de los mismos servicios y mejorar el funcionamiento de las plataformas, permitiendo una administración más eficaz de los recursos.

Uno de los elementos más innovadores de la Inteligencia Artificial en este campo es su habilidad para producir una personalización de gran amplitud. En tiempos anteriores los espectadores se entretenían con una experiencia de visualización estandarizada, cotidiana. Sin tomar en cuenta los gustos o intereses de los espectadores. Hoy en día por medio del empleo de Inteligencia Artificial las plataformas obtienen la capacidad de producir contenido que se acopla a los gustos personales de cada usuario. Por ejemplo, los algoritmos tienen la capacidad de analizar los modelos de visualización de los espectadores y plantear estadísticas en tiempo real o repeticiones en tiempo real de eventos deportivos o partidos primordiales guiándose en sus equipos preferidos o en sus jugadores favoritos.

Esta experiencia de personalización aumenta la participación del espectador y lo convierte en un actor más interactivo en la experiencia de ver los partidos.

También la automatización de la producción en tiempo real manifiesta otro progreso muy innovador. Una de ellas son las cámaras inteligentes dotadas de Inteligencia Artificial como Pixellot y PlaySight que contienen la capacidad de seguir automáticamente cualquier tipo de acción en terreno

de juego erradicando la necesidad de presencia humana para tomar captura de diferentes ángulos o instantes destacados.

Es novedoso el empleo de Inteligencia Artificial para magnificar la utilidad técnica de las plataformas de streaming. Con la cualidad de anticipar picos de tráfico en tiempo real las plataformas tienen la capacidad de cambiar automáticamente los recursos del servidor para prevenir problemas técnicos, como fallos del sistema. Esta notoria adaptabilidad en la parte técnica promovida por la IA aumenta la calidad del servicio y asegura que los usuarios disfruten de una experiencia constante y sin nada de cortes o interrupciones.

Por último la habilidad de transmitir de forma automática contenido, como resumen de partidos, análisis post partido y estadísticas con lujo de detalle, es otra característica innovadora. La IA no solo dirige grandes cantidades de información y datos de forma casi inmediata, sino que también puede representarlos de forma visual lo cual mejora la experiencia visual y percibe la atención de más públicos extensos.

La incorporación de Inteligencia Artificial en las emisiones deportivas en streaming favorece a diversos elementos relevantes esenciales de la industria del deporte, tanto en el aspecto del público como en el de la gestión técnica.

En la actualidad el sistema mediático tiene muchas variaciones todos los días avanza de manera acelerada de tal manera el consumo de los contenidos deportivos como es de conocimiento las plataformas de streaming van innovando y ganando terreno a los medios tradiciones, ofreciendo mejor tipo de contenido mucho más accesible y personalizada. Esta alianza es una evolución tecnológica gigantesca pero también es una necesidad de las compañías de entretenimiento para

repeler la necesidad de un público contemporáneo cada vez más exigente y de igual manera alinearse a los avances de estas inteligencias artificiales.

A pesar de todos los beneficios de esta incorporación de la IA con las transmisiones de streaming deportivo

- Espectadores. Sin duda uno de los mayores ganadores es el espectador. La IA brinda una experiencia más focalizada y personalizada lo que implica que los usuarios pueden visualizar el contenido que más les gusta con estadísticas, un análisis y juegos importantes todo esto se adapta a sus gustos. Adicionalmente también potencia la calidad del streaming, buscando automáticamente la mejor resolución y el desempeño según las características de los dispositivos usados o la conexión a Internet verificando así una experiencia de mejor calidad. Esto es especialmente demasiado importante para eventos de índole deportiva en directo donde cualquier demora o interrupción puede desgastar la experiencia de observación.

- Plataformas de streaming. Las empresas que proporcionan el servicio de streaming son otros grandes beneficiados mejorando la transmisión las plataformas pueden disminuir los problemas técnicos así generando una mayor satisfacción del usuario lo que lleva a una retención de clientes más alta y consecuentemente a una mejor rentabilidad.

- Organizaciones deportivas y ligas: Esta tecnología también ayuda a las ligas deportivas y a los equipos dando un mayor compromiso de los seguidores. Adicionalmente, la habilidad para crear y proporcionar estadísticas detalladas adicionando un análisis en tiempo real facilita que los equipos y ligas obtengan una mejor obtención de sus datos y creen nuevas posibilidades de patrocinio. La IA también abre la puerta a nuevas formas de interacción entre los aficionados y los equipos, como las

transmisiones en 360 grados y también la posible la realidad aumentada lo que puede incrementar la fidelidad de los fanáticos y generar ingresos extras.

Hablamos de beneficios que implica esta incorporación en lo operativo y en la percepción del usuario, la IA en transmisiones de streaming deportivo de igual manera en el ámbito de los modelos de negocio ha evolucionado. Gracias a los algoritmos de estas inteligencias las plataformas de streaming pueden crear segmentos para cada audiencia, lo que crea nuevas estrategias publicitarias basadas ya en las suscripciones de cada uno de los usuarios recientes y antiguos esta optimización genera nuevas fuentes de ingreso para las plataformas trabajando de esta manera una publicidad personalizada o los servicios de suscripción pasando por filtros de subjetividad del espectador diferenciado según el perfil del suscriptor.

Cada evolución o incorporación conlleva nuevos desafíos profesionales. Los medios de comunicación tradicionales cumplían roles en producción, análisis, cobertura de eventos aquí llega el problema estas acciones podrían verse transformadas o una manera peor reemplazadas por sistemas de inteligencias artificiales. Esto exige al personal de los medios tanto como digitales y tradicionales capacitarse en competencias digitales y tecnológicas para todos los indoles de las comunicaciones tanto como en transmisiones y en roles como técnicos, productores, periodistas

### **Hipótesis:**

La implementación de IA en transmisiones deportivas en plataformas streaming da un mejor rendimiento en lo táctico y en lo técnico eso quiere decir que optimiza la experiencia del espectador al dar alternativas de una personalización del contenido. Aunque también plantea desafíos éticos y laborales por ejemplo en términos de privacidad de datos y la automatización de la fuerza laboral humana.

"La suscripción a servicios de streaming deportivo ha crecido notoriamente en estos años, poniendo de manifiesto el gusto que los consumidores están mostrando por esta forma" (Amoroso, 2023, p.2). A raíz de esta cita, en los últimos 5 años la irrupción de productos con inteligencia autónoma han reventado en todo tipo laboral y la comunicación deportiva no ha sido la excepción, las plataformas de streaming han tomado en cuenta diversos mecanismos de inteligencia artificial para mejorar sus transmisiones, incorporando algoritmos de identificación de datos en cuestión de segundos dando una clasificación de sus usuarios y mejorando la calidad de personalización con notificaciones previas a sus elementos favoritos o deseados clasificando a cada usuario con un tema de su gusto a través de la suscripción de la plataforma streaming.

## **6. Objetivo General:**

Analizar el rol de la IA como herramienta en las transmisiones deportivas en streaming.

## **7. Específicos:**

- Analizar como ayuda la IA en la personalización de las transmisiones streaming.
- Explorar como la autonomía de las IA's mejora la transmisión deportiva y también abordando los retos éticos como el uso de los datos de los usuarios y el impacto laboral

De acuerdo con Turner (2024), "La inteligencia artificial es un motor esencial en la transmisión deportiva, permitiendo experiencias visuales personalizadas y optimizando la operación de las plataformas". (p.44).

## **8. Marco Teórico**

### **Introducción: El impacto de la IA en el streaming deportivo**

### **8.1.1. Origen y desarrollo de la IA en las transmisiones deportivas**

Hoy en día, la Inteligencia Artificial es una de las herramientas más esenciales para diversos roles, especialmente en la comunicación. En este tema, nos centraremos en los fundamentos de estas Inteligencias artificiales en contextos de transmisiones deportivas.

La realidad emergente escasamente investigada que, si bien está sobre la mesa, está evolucionando tanto el perfil y la actividad del periodista como la de las organizaciones, que en su caso dependerán de su potencial para incorporar las tecnologías inteligentes a sus productos, servicios, procesos y modo de hacer. (Túñez et al., 2019).

Sobre todo, en como las herramientas que incorporan (IA) facilitan la transmisión deportiva hacia un grupo de usuarios de estas plataformas streaming.

La utilización de herramientas de inteligencia artificial (IA) para el ámbito de la comunicación digital ha modificado radicalmente cómo se emiten y consumen eventos deportivos. Agencias como IBM y Opta Sports comenzaban la introducción de algoritmos de base en los años noventa, al fin de ayudar a analistas y equipos a la toma de decisiones y comprender el funcionamiento de los jugadores.; no obstante, fue en los años 2010, cuando se incorporaron IAs más avanzadas en las transmisiones deportivas en vivo.

La Inteligencia Artificial de Watson detectaba instantes cruciales del juego basándose en las respuestas del público, el lenguaje corporal de los jugadores y los sonidos del campo., respondiendo a un público que requiere experiencias personalizadas, datos en tiempo real y una calidad de transmisión optimizada para una serie de públicos con especificaciones muy elevadas.

La IA se ha transformado en un recurso esencial en el ámbito deportivo digital, ofreciendo tanto a las plataformas como a los espectadores soluciones que potencian la experiencia de visualización y maximizan los recursos operativos.

Los sistemas operativos de vanguardia, tales como IBM Watson, han transformado las transmisiones deportivas al implementar la automatización en el estudio de eventos en directo. IBM Watson se ha establecido como un recurso imprescindible en torneos de gran envergadura, como Wimbledon y el Masters de golf, debido a que puede procesar grandes cantidades de información, reconocer instantes cruciales y producir resúmenes automáticos. Esto facilita a los espectadores una experiencia enriquecida, mientras que los organizadores mejoran la administración y exhibición de los contenidos deportivos.

Otras ramificaciones deportivas se han trasladado a las IA como Stats Perform: Este sistema emplea IA para el estudio de datos y estadísticas sofisticadas enfocadas en los deportes como el deporte rey el fútbol.

Finalmente, al incorporar estas IAs en el ámbito del streaming deportivo, encontramos la siguiente Inteligencia Artificial WSC Sports: Esta plataforma se dedica a la producción automática de clips cortos de vídeo y resumen en tiempo real.

Emplea el sistema autónomo para clasificar sucesos destacados en los partidos y modificar clips con velocidad inmediata, lo que posibilita a los medios de comunicación y plataformas de streaming ofrece contenido a sus usuarios de una manera inmediata.

## **8.2 Contexto y transición hacia el streaming deportivo**

### **8.2.1 La transición de los medios tradicionales al streaming**

Esta transición se ha identificado por el fenómeno del "cord-cutting", que ha hecho que los usuarios dejen la televisión por cable por las plataformas digitales.

García, (2022) destaca que, "El aumento del streaming digital en deportes ha transformado las expectativas de los espectadores, quienes ahora buscan una experiencia personalizada y de excelente calidad." (p.10).

Basándome en el autor García. Esto ha significado un cambio en los indicadores de consumo deportivo obligando a ligas de fútbol y plataformas de streaming a modificar sus modelos para proporcionar de mejor manera el contenido con una nueva modalidad de acceso desde diversos dispositivos y más interactivas como estadísticas instantáneas, video cortos en segundos, incorporación de la realidad aumentada e inteligencias artificiales como presentadores y analistas de noticias y deportivos.

Las plataformas streaming no sólo afrontan un desafío de persuadir y fidelizar o mantener a la audiencia, sino que obligadamente deben garantizar que la experiencia del usuario sea sin inconvenientes personalizada, particularmente en eventos de gran audiencia. En este caso la inteligencia artificial ha surgido como una respuesta inmediata para dirigir grandes cantidades de información y personalizar la experiencia según los gustos personales de cada usuario.

Un estudio reciente de un medio de comunicación de Ecuador.

El Universo. (2025, 21 mayo) *Casi un millón de clientes han dejado el servicio de televisión pagada en Ecuador, en siete años.*

Desde la incorporación de plataformas streaming en dispositivos digitales como celulares, tablets, laptops, Smart tv. Ha facilitado de gran manera al espectador, en 2017 los proveedores de tv pagada contaban en todo el país con 1.304.812 usuarios con un grado estimado de penetración el

servicio de un 29.55%, y los últimos estudios realizados en 2024 estos proveedores constan de 340.980 usuarios y contando números menores dando solo un 6.29% de grado de penetración del servicio.

La disminución de la cantidad de clientes resulta ligado a la evolución de los medios de comunicación a causa de los cambios en los hábitos de los consumidores y a la consolidación de la red de internet en la casi totalidad del territorio ecuatoriano, los usuarios han decidido migrar hacia plataformas digitales de streaming como ESPN+, Amazon Prime Sports, Apple tv, Directv+ Gol tv, Zapping o similares.

Los altos costos de operatividad se han vistos reflejos en el usuario final en comparación de los de las plataformas streaming que por un pago menor puedes acceder al contenido en diferentes pantallas y dispositivos inteligentes. Teniendo en cuenta las incorporaciones de inteligencias artificiales en plataformas streaming las mismas han tenido un repunte en sus suscripciones brindando al espectador todo un contenido personalizado dando a conocer que el fenómeno denominado “cord cutting” también tiene su autonomía en Ecuador este fenómeno continuara con la proliferación del internet. Según (Dafunchio, José, 2016). "Las plataformas de video ya no son consumidas de forma lineal, en un corto periodo de tiempo esta tendencia se incrementará, en la que cada uno visualizará lo que le apetezca cuando le plazca y sea cual sea el soporte, la empresa que no esté estructurada para ello no va a poder ser rentable (p.112).

### **8.2.2 Personalización de la experiencia del usuario mediante IA**

Uno de los mayores beneficios más apreciados de la IA en las transmisiones deportivas es su facilidad para adaptar la experiencia que busca el espectador. Las plataformas tienen la capacidad de

analizar varios datos de comportamiento y gustos de los usuarios para proporcionarles contenido que se ajuste a los gustos particulares de cada grupo de usuarios dividiendo en grupos dependiendo a su favoritismo. Si un espectador sigue a un equipo, selección nacional o jugador específico el sistema tiene la necesidad de dar prioridad a las estadísticas más altas, partidos más vistos y contenido relacionados con dicho equipo o jugador en su transmisión mediante una notificación instantánea.

Esta particularización realiza que cada experiencia visual sea sin duda única, provocando un mayor enganche del espectador. La IA también puede mejorar automáticamente la resolución de vista de la transmisión en función de la calidad de la conexión a internet del espectador, aseverando que la vivencia sea fluida incluso en condiciones de que la red sea mala.

En el libro de Canavilhas (2022), afirma que:

La traducción automática de los contenidos audiovisuales se encuentra entre las mejores y más innovadoras prestaciones del sistema, el cual además mejora el texto y el sonido en las lenguas a través de voces consonantes, pero también resume y presenta en otras lenguas distintas a la de origen. (p.25)

La sociedad sigue en una constante evolución, al igual que los medios de comunicación que conocíamos también se están trasladando o variando a las nuevas tendencias a los efectos mundiales de la innovación tecnológica focalizado a las IAs.

Desde el punto de vista de (Lee y Kim, 2021). "El uso de inteligencia artificial permite una personalización sin precedentes en la experiencia del espectador, transformando las transmisiones en eventos únicos para cada usuario". (p.60)

Las captaciones de cada mapa de público determinan en términos de uso, en la mayoría de nuestros posibles interesados en el mundo del deporte buscan plataformas digitales más cómodas en

la era actual streaming. La población joven ha tomado el mando dando conocimiento a personas adultas en la introducción de nuevos públicos a estas plataformas lo que facilita que estos sistemas se ajusten y se enfoquen en lo más relevante la interacción con el espectador proporcionando una mayor información y confort.

### **8.3 Aplicación de la IA en la automatización de producción en tiempo real**

#### **8.3.1 Desafíos éticos y operativos de la implementación de IA**

Para Calvo Rubio, L.M, (2021), “No hay discrepancias a la hora de establecer que la IA debe ceñirse a los criterios éticos del periodismo”. (p.5)

La incorporación de la Inteligencia Artificial en las cámaras inteligentes emerge un progreso nuevo en la automatización de la producción en tiempo real. Estas cámaras tienen la característica de seguir paso por paso automáticamente la acción en el terreno de juego sin requerir la intervención de un humano registrando los instantes más sobresalientes desde distintos puntos de vista repeticiones de diferentes ángulos, señalando la relación que tiene entre los algoritmos y el espectador por ejemplo si me gusta un jugador, el equipo proporcionará visualmente lo que el espectador busca.

La aplicación de IA en la producción en tiempo real proporciona que las plataformas envíen contenido extra como análisis en directo, pronósticos de juegos y visualización de estadísticas detalladas al más mínimo detalle. Esto colabora a datos útiles para el espectador que logra un estudio más completo y detallista del evento. Para (Ufarte et al. (2021), “la situación ha generado nuevos modelos de negocios, nuevos métodos y especialidades, donde la IA se aplica al newsmaking una forma de convertir datos en textos informativos con poca o sin ninguna intervención humana”. (p.9),

Pues como menciona Rojas- Torrijos “*el periodismo tiene como misión informar con veracidad*” (2015, p. 311)

Incluso a sus ventajas, la Inteligencia Artificial en las transmisiones deportivas streaming presenta diversos desafíos éticos y operativos. Uno de los retos más grandes que se detectó es la privacidad de la información, en numerosos acontecimientos múltiples plataformas han enfrentado problemas al compartir información personal del espectador. La Inteligencia Artificial se basa en numerosos estándares de información de datos acerca de los usuarios lo cual puede poner en riesgo la privacidad si no se maneja de una manera correcta. Es importante que las plataformas aseguren y resguarden el acatamiento de las regulaciones de protección de datos y sean claras respecto al manejo de la información del usuario proporcionando por ejemplo un descifrado exhaustivo o cláusulas que brinden seguridad al usuario. La automatización de acciones ha suscitado preocupaciones sobre la disminución del trabajo, una problemática social particularmente en labores técnicas como la edición de vídeos o la gestión de cámaras. Estas modificaciones exigen a las entidades balancear la eficacia en las operaciones con la responsabilidad social hacia sus trabajadores.

Se ha tenido casos de ya eventos de despidos masivos en canales de televisión por la implementación de estas Inteligencias que vienen para ayudar al humano no para reemplazar

Según (Fernández, (2022) "La automatización de la producción deportiva mediante IA ha mejorado la calidad y el acceso a contenido deportivo en ligas con presupuestos limitados" (p. 18).

#### **8.4: La relevancia de la IA en la industria del streaming deportivo**

La IA en transmisiones deportivas en streaming dispone una transformación importante en la producción, transmisión y consumo de contenido deportivo para los públicos contemporáneos, proporcionando la destreza de la IA para personalizar y automatizar cada aspecto y elemento de la transmisión, enriqueciendo tanto a los espectadores como a las plataformas algo simultáneo,

optimizando los recursos y elevando la calidad de la experiencia para que sea única para cada espectador optimizando pero a la vez mejorando e innovando.

En un contexto de un entorno deportivo global o local de rápida transformación e implementación de sistemas autónomos, la Inteligencia Artificial se presenta como un recurso de gran ayuda para que las plataformas deportivas de streaming, conserven su competitividad y sobre todo satisfagan las demandas y necesidades de un público cada vez más severo. Aunque su implementación presenta retos, su potencial es total revolucionario para renovar el ecosistema de transmisión deportiva es indiscutible, definiendo el futuro de la industria de los medios de comunicación ya sean tradicionales o digitales.

## **9. Marco Metodológico**

### **Método y técnica de recolección de datos**

Para realizar esta investigación sobre la incorporación de la IA en transmisiones de streaming deportivo. Es de conocimiento cual es el factor de las inteligencias autónomas transforman los métodos de trabajo variando a una adaptación de medios de comunicación basándose en algoritmos de preferencia de los espectadores también dando a conocer en cuales son los nuevos desafíos éticos y profesionales los cuales están presentes en esta incorporación

Para plantear el tema se opta por un enfoque de recolección de datos en este caso encuestas y entrevistas, dando como referencia al objetivo específico también se trata de explorar las experiencias de los espectadores como ayuda esta incorporación en la perspectiva del consumidor y de igual manera analizar con una visión comprensiva de como estas herramientas con IA se van acoplando a los medios de comunicación en diversas facetas desde la más compleja hasta la más simple.

Según Gereá (2021), autora de un artículo actualizado en octubre de 2024, la técnica de análisis de las entrevistas en profundidad es una técnica de investigación cualitativa cuyo objetivo es el comprender las opiniones, perspectivas, vivencias y motivaciones de los sujetos entrevistados, ante los temas establecidos en la investigación.

Con la alineación de mis objetivos buscamos analizar como la IA contribuye a la personalización y perspectiva de los usuarios en estas plataformas de streaming deportivo y no solo eso también involucra aspectos técnicos.

### **10. Población y Muestra de Análisis**

La población del estudio está conformada por profesionales de diversos medios de comunicación de la ciudad de Cuenca relacionados al periodismo y la comunicación.

Periodistas, comentaristas, relatores especializados en comunicación y medios digitales.

Técnico en áreas de transmisión por ejemplo los técnicos de los medios de comunicación

Las entrevistas son pilares fundamentales que permiten la captación de experiencias, de una manera mucho más detallada, para esta investigación es crucial comprender las experiencias, los desafíos que conlleva esta incorporación de la IA en el streaming deportivo. Para la muestra se seleccionará a 5 entrevistados con programas deportivos importantes de la ciudad, profesionales y miembros relacionados a estos programas relacionados al campo de la comunicación. Se realizó la implementación de la fórmula para sacar la muestra del público dando un total de 384 encuestados de un total de 505.585 habitantes de la ciudad de Cuenca.

### **Justificación:**

En la presente propuesta de trabajo de puesta a prueba de la introducción de la inteligencia artificial (IA) en televisión en streaming aplicado al deporte, se fijó un número máximo de 384 encuestados derivado de la fórmula de muestra poblacional. No obstante, a lo largo del trabajo de análisis de las respuestas ha habido una participación que ha superado la esperada y sobrepasando el número fijado de 48 encuestados más.

Esto se deriva a la gran acogida que tuvo la encuesta, se consideró viable a la participación de más encuestados para enriquecer la base de datos.

Se utilizará una serie de 6 preguntas semiestructuradas abiertas para una mejor captación de temas relevantes sobre el tema de la incorporación de la IA en streaming deportivo.

1. ¿Usan inteligencia artificial en sus programas radiales deportivos? Si es así, ¿cómo la aplican?
2. Desde su experiencia, ¿qué cambios ha notado en la cobertura de eventos deportivos con la incorporación de inteligencia artificial?
3. ¿Qué tiempo tiene laborando en los medios de comunicación?
4. ¿Cree que la IA puede reemplazar el análisis y la narración humana en el periodismo deportivo, o más bien es una herramienta complementaria?
5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de utilizar IA para la automatización de resúmenes y estadísticas en transmisiones deportivas?
6. En términos de calidad y veracidad, ¿cómo afecta la IA a la producción de contenido periodístico en el ámbito deportivo?

Después de esta recolección de datos por los operarios tanto como técnicos y presentadores, comentaristas, relatores, gerentes, realizaremos un análisis de estos datos identificando si esta incorporación satisface la necesidad de los espectadores estos datos proporcionan una visión integral basada en opciones de nuestros entrevistados expertos en el tema de comunicación y nuestros técnicos expertos en transmisiones reflejando los beneficios y desafíos de la IA en el ámbito del streaming deportivo.

Identificando cuales son las limitaciones, los beneficios de las herramientas con inteligencias autónomas, como esta incorporación afecta en los roles éticos y profesionales.

### 11. Resultados y Análisis:

Variable	Tipo	Dimensión	Descripción	Indicadores
Incorporación de la IA en streaming deportivo	Independiente	Técnica	“Es la integración de experiencia inmersiva tecnologías, como la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV), en Estrategias de marketing deportivo.”	Transmisiones de streaming deportivo

			Teixeira (2025)	
Experiencia del Usuario en el Consumo de Streaming Deportivo	Dependiente	Experimental	<p>La noción que rodea al valor, a la calidad del servicio, y en el que la lealtad del cliente.</p> <p>Recientemente, un estudio también apunta a que la UX junto a la eficacia de una app de fitness puede encajar dentro de un marco de desarrollo del usuario que ayude al usuario en la consecución de sus objetivos al incrementar la</p>	Nivel de comodidad y visualización y preferencias

			retención y la fidelidad (Li & Kim, 2023)	
Confianza en la IA en streaming deportivo en recopilación de datos	Dependiente	Análisis recopilación de datos	"En el marco de situaciones problemáticas relacionadas con la privacidad de datos, encontramos la utilización de sistemas que incorporan analíticas de datos, sistemas de vigilancia de la actividad, datos biométricos, o bien, sistemas basados en inteligencia artificial, etc."	Datos recopilados en base a la subjetividad de cada espectador

			(Andrejevicy Selwyn,2020; OECD, 2021).	
Alcance al publico	Dependiente	Nivel de exposición	La incorporación de la Inteligencia Artificial (IA) en el streaming deportivo se presenta como una estrategia clave para mantener y ampliar la audiencia. La IA, junto con nuevas estrategias digitales, online y lineales, permite a las plataformas innovar y retener a su público.	Frecuencia de los espectadores o nuevos posibles espectadores de streaming deportivo y si detecta la IA en roles técnicos y roles dentro de las cabinas deportivas

			(Prieto Arosa, 2021)	
--	--	--	-------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

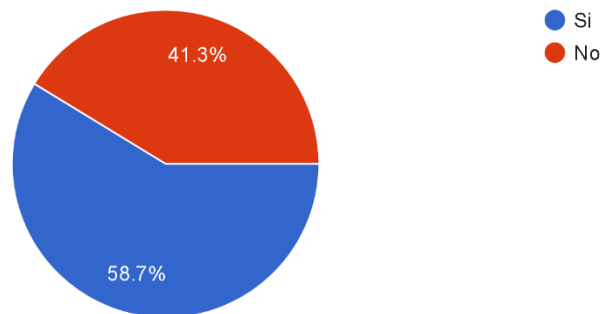
### 11.1 Conocimiento de los usuarios ante la integración de IA en streaming deportivo

En esta sección se analiza si los espectadores si tienen el conocimiento de esta implementación para ver si la IA es percibida de una manera favorable en ámbitos técnicos, narrativos y de multimedia

De acuerdo a las encuestas realizadas se dan a conocer los siguientes resultados en la primera pregunta

¿Conoces alguna plataforma de streaming deportivo que utilice inteligencia artificial?

431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

“¿Conoces alguna plataforma de streaming deportivo que utilice inteligencia artificial?” obtuvimos un total de 431 respuestas dando un 58.7% que dio a conocer que si tienen conocimiento de plataformas de streaming deportivo con implementación de IA y un 41.3% no tiene conocimiento de estas plataformas. Aunque el resultado de esta pregunta es favorable ya que los usuarios si tiene

previo conocimiento de esta incorporación, todavía se presenta un porcentaje importante del desconocimiento de los encuestados o posibles nuevos usuarios.

Estos datos dan a conocer como este análisis evidencia que esta incorporación o implementación de IA's y plataformas de streaming deportivo va en total auge y apunta para un aumento, pero por el momento su comprensión de un público en general es algo limitada.

Quizá esta falta de conocimiento del 41.3% puede estar conectada con un poco falta de promoción o incluso nula resguardando datos de información de esta empresa, o los usuarios simplemente se suscriben a estas plataformas sin tener conocimiento de que detrás de los espectáculos deportivos existen sistemas de inteligencias artificiales.

Entrevistado 1 dice *“en los programas radiales en donde soy parte de radio activa no utilizamos inteligencia artificial lo que tengo entendido es que no se utiliza ni para la producción ni para los spots ni para los audios”*

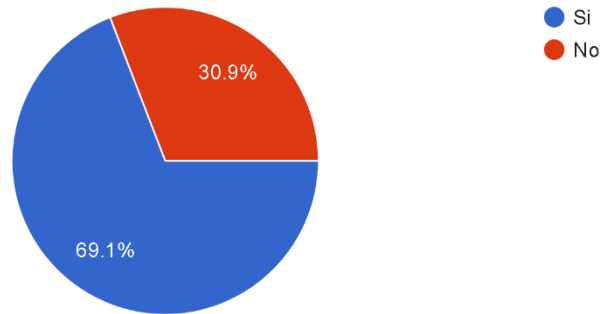
Este resultado se ancla totalmente con él con objetivo de la tesis el cual es Analizar el impacto y la percepción del uso de estas IA's tanto como en el espectador y en las cabinas de transmisión esta incorporación debe ser desarrollada para una mejor comprensión de usuarios y posibles nuevos usuarios. Entrevistado 1 acota *“Eventualmente hemos utilizado para postear cierto imágenes alusivas a los programas* “Los medios de comunicación de índole deportivo den a conocer como estas herramientas personalizan como los algoritmos facilitan la visualización de eventos deportivos.

## **11.2 Percepción de la utilidad de la recomendación por la IA**

Ante una previa suscripción los espectadores pasan por filtros previos derivados hacia la subjetividad y preferencias de los mismo. El entrevistado 4 acata lo siguiente *“La base de data estadística estas aplicaciones, lo que hace es incorporar un apartado de IA haciendo análisis de*

*partidos interesante pero no certero”* Como atribuyen esta herramienta de la IA como catalizador de una experiencia óptima para posibles suscripciones satisfactorias

¿Te parecería útil que una plataforma de streaming deportivo utilice IA para recomendarte partidos según tus gustos?  
431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El 61,1% respondió de manera positiva y el 30,9% respondió que no ve útil dicha funcionalidad. Estos resultados dan a conocer que la gran mayoría de encuestados dan una tendencia favorable que busca una personalización de contenido mediante los algoritmos previos a una suscripción y con la recopilación de datos para una adaptación entre los usuarios y sus gustos recomendados por las plataformas.

Ratificando el 61,1% revela que la mayoría de espectadores valora la posibilidad de recibir notificaciones personalizadas, recomendaciones lo cual va de la mano con el nuevo consumo de contenido digital con un público cada vez más exigente que espera experiencias adaptadas a sus gustos personales. Y por otro lado con un porcentaje minoritario no de gran importancia esta incorporación por un factor vinculado en la privacidad de su información, desconocimiento de

estas herramientas u otro ámbito es que los usuarios naveguen libremente por las plataformas sin sugerencias automáticas.

Los resultados reflejados dan más fuerza a esta incorporación de la manera que las inteligencias artificiales pueden mejorar la experiencia del espectador y la calidad de contenidos, gracias a la respuesta favorable y mayoritaria hacia las tecnologías que optimizan en tiempo, calidad de consumo esto es vital para que esta incorporación se vaya desarrollando de una mejor manera siendo más eficaces da vez y centradas en los espectadores.

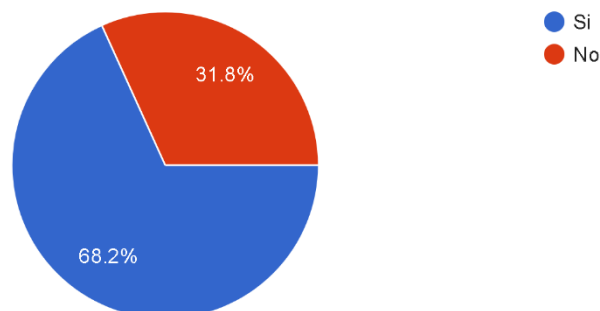
Desde un análisis este desarrollo y la innovación de esta incorporación es totalmente viable, sino que también los usuarios la gran mayoría desea o ve favorable las notificaciones y recomendaciones personalizadas. Esto con lleva que las plataformas streaming den a conocer estas implementaciones, pero de una manera detallada de una manera clara y transparente como se funciona, como benefician a los espectadores, o como se le utilizaron los datos de los usuarios para fortalecer la alianza esta IA's, plataformas streaming y espectadores.

### **11.3 Percepción del espectador en la mejor de calidad de transmisiones de contenido digital deportivo tras la incorporación de sistemas de IA's**

La IA se ha posicionado como un motor de innovación en calidad técnica en las transmisiones impactando directamente en la resolución y fluidez analizando desde la percepción subjetiva y óptica del espectador

¿Has notado mejoras en la calidad de transmisión (resolución, fluidez) gracias al uso de IA en alguna plataforma?

431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de esta pregunta son convincentes y dan a conocer un sentimiento favorable para esta incorporación en términos técnicos de calidad en pantalla el 68.2% informo haber notado mejoras en las transmisiones como características mejoradas de resolución y fluidez. La mayoría de los encuestados ya verifican un impacto de esta incorporación como la IA esta interactuando con los usuarios.

Por otro lado, el 31,8% indico que no han notado mejoras en la calidad de transmisiones este porcentaje ve nulo la incorporación de la IA en transmisiones de streaming deportivo, si analizamos la pregunta es más subjetiva individual para percibir mejoras de calidad.

Entrevistado 1 aporta lo siguiente “*no recuerdo algo en específico que halla cambiado con la inteligencia artificial o cobertura de los eventos deportivos*” En la última década cuando usuarios migraron a otras alternativas de ver eventos deportivos el consumo digital abarca desde la transmisión de video en las mejores condiciones en todas las pantallas y dispositivos inteligentes. Hoy en día los usuarios esperan la mejor calidad de transmisión, Tras la incorporación

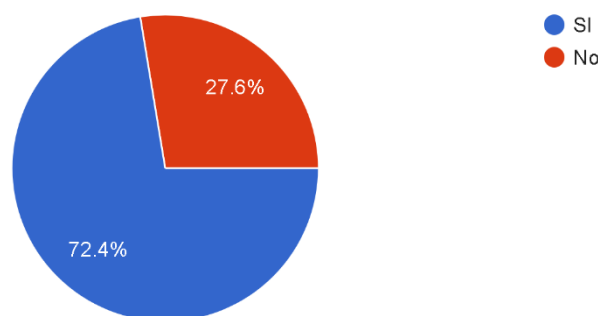
de inteligencias artificiales afrontan nuevos desafíos los algoritmos de estas IA's los avances tecnológicos desarrollados por estas inteligencias herramientas muy importantes en la canalización de información la distribución la mejora notable de la experiencia visual. Es constante desarrollo y mejora de estos sistemas. Los datos reflejados en la encuesta y el aporte del entrevistado se traducen como una experiencia mejorada en la perspectiva del usuario

#### 11.4 Confianza de los espectadores a los algoritmos de expansión de interés deportivos

La incorporación de la IA en streaming deportivo con lleva algoritmos de recomendación como un facilitador de búsqueda

¿Confías en que la inteligencia artificial puede ayudarte a descubrir nuevos deportes o equipos según tus preferencias?

431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Formulada la pregunta busca dar a conocer si para los usuarios la incorporación de la IA en streaming deportivo es óptima como herramienta en el ámbito de contenido deportivo, con grupos de usuarios por la diversidad de intereses y en la búsqueda de novedades afianzadas con los gustos de cada uno de ellos.

Con un rotundo 72,4% afirmado que si esto indica la amplia mayoría que confía en inteligencias autónomas con el poder de ayudar a descubrir nuevos deportes, nuevos equipos, nuevos jugadores de igual manera alineados con las preferencias de cada usuario. El gran margen de aceptación da a conocer que la IA ya no solo es un sistema de procesamiento de datos, sino que ya se comporta como un agente proactivo en la personalización del espectador con algoritmos que filtras el consumo de contenido digital y guía directamente hacia las preferencias de los suscriptores.

El 27,6% de los encuestados dio a conocer su respuesta negativa lo que se da a conocer que todavía no confían del todo en las capacidades de filtro de recomendaciones de la IA. Esta desconfianza puede venir de factores como no dan crédito a la llamada “*burbuja de filtro*” esto quiere decir que ellos prefieren explorar por sus propios medios cualquier tipo de contenido en las plataformas de streaming.

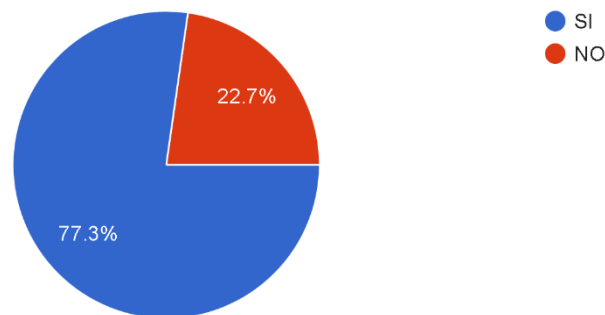
La desconfianza rotunda de esta minoría es en la capacidad de estas IA’s en comprender y anticipar gustos subjetivos.

Dicha información va en la línea de lo que se proponía al comprender y analizar como los usuarios visibilizan una mejor calidad en virtud de estos datos extraídos apoya la hipótesis de que la IA está yendo de un rol totalmente técnico a grande herramienta para el crecimiento de la experiencia de los usuarios dentro del entretenimiento deportivo.

## **11.5 La IA y el desafío en la multimedia deportivas en plataformas digitales**

La objetividad de la información de eventos deportivos es fundamental en los momentos importantes del ámbito deportivo. Con la masiva participación de la IA en diferentes indoles de la comunicación ya pueden generar contenido automático y procesar datos esta pregunta analiza las percepciones de los espectadores y la confianza de los mismos a estos sistemas autónomos

¿Te gustaría que la IA generara resúmenes automáticos de los partidos que no pudiste ver en vivo?  
431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Con el constate análisis de comprender la receptividad del usuario hacia las aplicaciones streaming con incorporación de IA es decir si esta incorporación tiene una funcionalidad entre espectador y plataforma de igual manera con los sistemas de algoritmos implementados por la inteligencia artificial.

El 77.3% de los encuestados respondió que, si dando a conocer una les gustaría la generación automática de los resúmenes por parte de IA's este gran porcentaje de apoyo por parte del espectador visualizando una demanda clara por soluciones más eficaz y rápidas que permitan a los usuarios ponerse al día de los eventos deportivos, quizá el espectador se perdió una jugada muy importante no sea cuestión de problemática.

La vida contemporánea las agendas laborales, estudiantiles son apretadas y los eventos más importantes en ramificaciones como el fútbol están las mejores ligas en el viejo continente y los horarios internacionales pueden afectar la visualización de los espectadores hacen que estos resúmenes automáticos sean totalmente viables dando otro rol a la IA no solo un generador de personalización, si no ya con otro rol de facilitador en el consumo visual.

Un 22.7% de los encuestados respondió no está interesada en esta funcionalidad. Unas de las razones para esta negación sería el deseo experimentar de una manera de vivo y en directo sin ningún tipo de “*spoilers*” también puede ser una desconfianza de los usuarios ya que la IA no podría capturar los momentos más importantes de una manera precisa y emocionante.

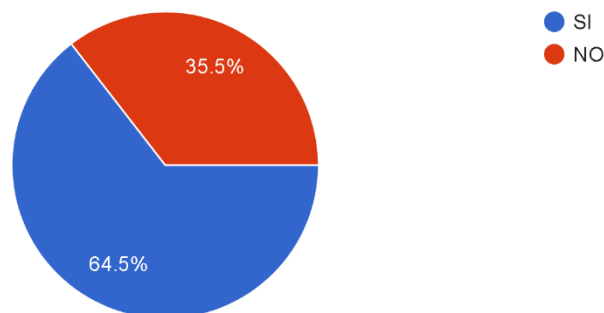
según los objetivos planteados en la tesis este dato específico da a conocer que los espectadores no solo están a favor de esta incorporación, sino que también para otras funcionalidades como ahorrar el tiempo y una mantención de información efectiva de esta manera fortalecerán la percepción de la IA como una herramienta importante y valiosa en la práctica de la vida cotidiana de los espectadores.

### **11.6 Impacto de la IA en el análisis deportivo**

La objetividad en los comentarios y análisis la veracidad de la información la credibilidad para la audiencia en esta sección analizo cual es la percepción de los usuarios a la preocupación a la posible imparcialidad y no vigilancia por parte humana. Entrevistado 1 acota “*es mas una herramienta complementaria creo que la inteligencia artificial puede potenciar el trabajo del periodista*”

¿Crees que el uso de IA podría afectar negativamente la objetividad de los comentarios o análisis deportivos?

431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En el marco de investigación y análisis es vital no solo explorar la aceptación o solo lo bueno de esta incorporación de sus beneficios, si no también es muy importante indagar las posibles consecuencias negativas o preocupaciones de los espectadores. Esta pregunta indaga el porcentaje de escepticismo a la imparcialidad que puede provocar la IA incluso podría desvalorizar los análisis de eventos deportivos en donde la neutralidad de locutores, comentaristas es fundamental y altamente valorizadas. Como menciona el Relator 2 *“yo la utilizo inteligencia artificial primero para conocer alguna información general de los equipos, no me fio por que en varias ocasiones tiene datos la inteligencia artificial que son erróneos”*

El 64,5% los encuestados respondió “Si” lo que da a conocer una mayoría considerable de los espectadores cree que la incorporación podría generar o afectar de una manera negativa en la objetividad de comentarios o análisis deportivos quizá una falta de juicio humano y emoción es de conocimiento que el deporte y la emoción, la contextualización.

El 35,5% respondió “No” este porcentaje no percibe una amenaza a la objetividad por parte de las inteligencias artificiales incluso tienen el ideal de que las IA podrían ayudar a los relatos y comentarios. Por otro aspecto muy importante de análisis creen que la IA pueda brindar un análisis más objetivo de los hechos, análisis más rigurosos y menos propensos a errores ya que las inteligencias artificiales tienen la capacidad de analizar cantidad gigantesca de información. Entrevistado 1 enfatiza *“Reemplazar como tal los análisis y las narraciones no creo particularmente no creo que esto pueda ser posible reemplazar análisis narraciones en vivo”*

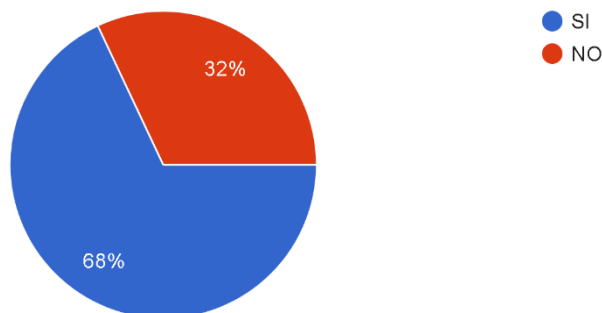
La preocupación por la objetividad y de igual manera de la subjetividad de los relatores y comentaristas es un tema de análisis amplio es un favor muy importante ya que puede ir fragmentando la confianza y las emociones generadas por humanos el cual una IA no te puede generar. Relator 2 complementa *“La IA no va a poder reemplazar nunca, las experiencias que vive un periodista”* A pesar de un alto favoritismo por esta incorporación con el descubrimiento de resúmenes automáticos y la ayuda como herramienta en términos técnicos aún existe una cautela cuando se trata del “vs” máquina vs humano en el juicio y la interpretación para esta incorporación se trata de generar un rol de Humano e IA. Para complementar esta recopilación de información Relatora 3 indica lo siguiente *“El ser humano tiene ese propio sentir ese sentimiento esa nostalgia, que provoca emociones que hace el periodista conecte con el público”* mientras que los anteriores entrevistados mencionaron que la IA no podría reemplazar al trabajo humano el Entrevistado 4 dice lo siguiente *“No creo que estemos cerca que pase eso que de pasar que IA reemplacen el rol humano no pero eventualmente vaya a pasar seguramente sí”*

### **11.7 El nivel de aceptación y positivismo del espectador con base a algoritmos de su interés**

Analizar la aceptación a esta personalización se busca comprender como los usuarios se sienten cómodos con una nueva experiencia en eventos deportivos

¿Aceptarías que la IA personalice la narración o los datos en pantalla según tus intereses (jugadores favoritos, estadísticas)?

431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

A continuación, con este análisis esta interrogante tiene un contexto mas detallado ya no solo en términos técnicos, resúmenes automáticos, sino que ya migra a una experiencia de visualización en vivo aquí es donde la IA toma un rol activo y modifica notoriamente lo que se escucha o se visualiza en las plataformas para adaptarlo a sus preferencias individuales de cada espectador.

El 68% de los encuestados ha dicho que “SI” lo que indica que los usuarios están de acuerdo en adaptar y aceptar la IA en un rol de personalización a las narraciones y comentarios con datos y estadísticas de los eventos visualizados en tiempo real según sus intereses volviendo una experiencia mucha más relevante e inmersiva, Adaptando de lúdicamente a sus especificaciones subjetivas. La posibilidad y la innovación de estas IA’s debido al previo filtro de interés los usuarios pueden ver y escuchar datos de interés particular como comparativas del cotejo,

rendimiento de jugadores específicos deriva en una experiencia más atractiva. Y también el tener la facilidad de ver datos a la vista y en cuestión de segundos es un gran beneficio.

El 32% de los encuestados respondió que “NO” esto da un análisis de que algunos usuarios tienen todavía un apego emocional a lo tradicional como los comentaristas y relatores dan a conocer toda la información con emoción, la preocupación de sentirse limitado por su personalización también es una problemática si con filtros o parámetros para ver contenido digital se vuelve como una experiencia aislada. Entrevistado 1 destaca que *“un soporte fundamental para la obtención de datos ciertos conocimientos de cierta información, pero no creo factible no veo que sea positivo para la veracidad y ética”*

De igual manera la desconfianza de la IA si un partido de re nombre se juega varios espectadores tendrían un jugador favorito lo cual los sistemas no podrían con llevar esta carga algunos usuarios dan a conocer que personalizar la narración por una IA no genera el mismo impacto del evento si no sería una intrusión en la experiencia inmersiva.

Entrevistado 1 complementa *“que la inteligencia artificial haga un contenido escrito o un contenido en discurso en audio o un video no yo no estoy de acuerdo y afecta evidentemente la ética y la integridad del trabajo periodístico”*

Tras la recopilación de datos nuestra una clara evolución de las expectativas del presente y del futuro del usuario. Ya no solo buscan una transmisión clara y fluida, sino que desea mantener una experiencia de contenido que se adapte netamente a los intereses individuales abriendo un vasto campo para el desarrollo de esta incorporación en el diseño de plataformas streaming y con ayuda de herramientas de inteligencias autónomas.

## 11.8 Visión de los espectadores sobre las ventajas del uso de la IA en el streaming deportivo

Esta incorporación abre muchas ventajas y mejora la experiencia del espectador más allá de los roles técnicos deseamos analizar como los espectadores perciben esta incorporación y de esta manera indagar como aporta a la experiencia de los usuarios si cumple con su objetivo del mejorar la experiencia del espectador.

¿Qué ventajas crees que tiene el uso de inteligencia artificial en el streaming deportivo?

431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Para consolidar este análisis se puso en la cuenta una pregunta vital para obtener una mejor visión una visión holística de los beneficios que da esta incorporación los más importantes para los usuarios y para contrarrestar o validar las percepciones de cada uno de los suscriptores a las preguntas anteriores de la encuesta.

La funcionalidad de la IA en plataformas streaming es de un 68.1% los encuestados seleccionaron la respuesta de “Todas las anteriores” indica que un gran porcentaje de usuarios reconoce que tiene beneficios en toda índole de las transmisiones deportivas lo que fortalece la

aceptación de la IA en personalización, en la demanda de tráfico de información con estadísticas y resúmenes en tiempo real. En lo técnico el espectador también muestra una percepción de que esta incorporación da una mejor resolución y fluidez para los espectadores algo crucial para las suscripciones. Según la relatora 3 ella relato *“Para números es algo beneficioso, una ventaja importante por el tema de la rapidez”*

Las demás opciones tienen porcentajes minoritarios dando a conocer el 11.1% *“Recomendaciones personalizadas de partidos o contenidos”* esto indica que para un segmento de espectadores es muy importante tener la personalización deseada en cada suscripción.

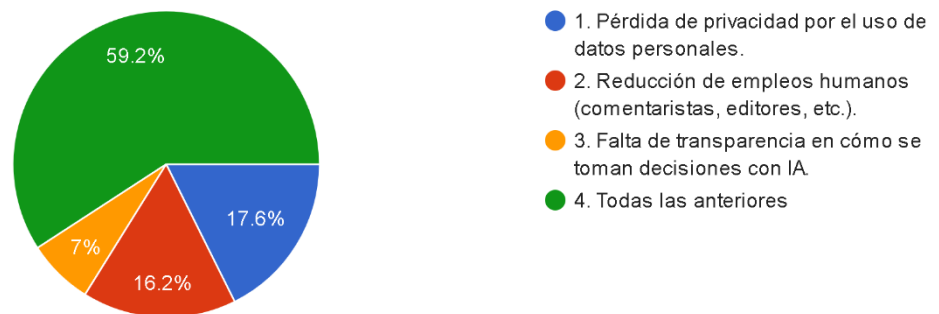
El 7.9% escogió *“Generación automática de resúmenes o momentos destacados”* para este segmento es vital el tiempo, resúmenes en instantes de jugadas importantes sería de gran ayuda para los que no con llevan un tiempo ya sea por ámbito laboral o estudiantil.

Este resultado de casi el 70% de los encuestados confirma que la IA y el streaming deportivo no solo es una solución puntual, si no que esta incorporación es un conjunto de actividades en donde la IA es una herramienta la cual vino a acoplarse y brindar mejoras técnicas, multifacéticas. Acota la relatora 3 *“Cuando son resúmenes, números, posición de pelota, posición de la cancha, números de manera inmediata”* Las inteligencias artificiales han mostrado la aceptación de los encuestados en preguntas anteriores y con lo que consolida el resultado de esta pregunta. Para finalizar esta interrogante el Entrevistado 4 menciona lo siguiente *“La inteligencia artificial en mi caso yo utilizo para datos estadísticos e históricos y para algunas asesorías”*

### **11.9 Desafíos Éticos y Sociales de la incorporación de IA's en plataformas de streaming deportivo**

En esta pregunta se da un análisis a la perspectiva que tienen los usuarios con las problemáticas sociales las cuales se pueden presentar en esta difusión de roles humanos y de la interacción de estos sistemas inteligentes

¿Qué preocupaciones o riesgos te genera la incorporación de IA en este tipo de plataformas?  
431 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Para ofrecer una mejor perspectiva detallada sobre la percepción de la IA así como analizamos los beneficios de igual manera vamos a analizar las preocupaciones y riesgos que con lleva están implementaciones. Esta interrogante busca dar un contexto de detalle a los temores usuales de los espectadores, generando una visión más crítica. El entrevistado 5 dio a conocer lo siguiente *“El periodismo deportivo y la veracidad de información van de la mano siempre, no todos los datos son exactos, hay un margen de error que lo hemos comprobado realizando pruebas”*

El 59.2% de los encuestados selecciono “Todas las anteriores” los encuestados dan a conocer que esta incorporación de la IA en plataformas streaming como genera beneficios también da varios riesgos interconectados o todavía no explorados del todo uno de ellos es la perdida de privacidad por el uso de datos personales es una preocupación latente ya que al tener varios tipos

de información se requiere de una seguridad cibernética poderosa la cual no se quebrante ante un posible ataque de hackers queriendo información de cuentas o tarjetas de crédito y debido de los suscriptores. Aquí también analizamos los desafíos éticos la reducción de empleos humanos como ha comentaristas y editores es una problemática social y económica que se ha incrementado por la capacidad de las IA's en automatización sin ya tener que depender de un trabajo humano de igual manera genera algún tipo de dudas por la falta de control en casos de información generada de estadísticas o comentarios y la falta de un control de análisis y examinación humana en procesos generados por la IA.

Relatora 3 menciona lo siguiente *“La información de la IA no es 100% real porque depende de la información que esta colgada en el internet, en la web, pero queda en consideración del ser humano de corroborar la información”* El notorio porcentaje da a conocer que, si bien las personas aceptan las mejores que ofrece esta incorporación, pero de una gran manera también son conscientes de que esto con lleva desafíos éticos y sociales. Tanto como las ventajas y desventajas deben ser cubiertas con una gestión con un equilibrado trabajo entre IA y humanos.

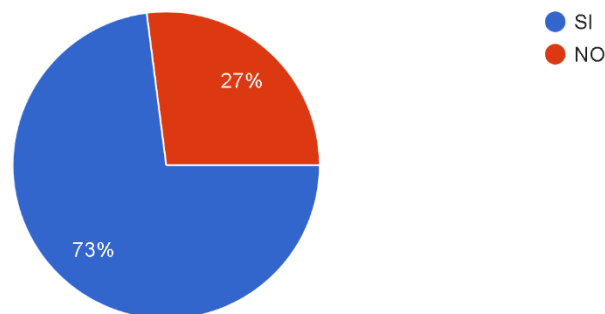
Un balance equilibrado consta de una adaptación sostenible y responsable especialmente en temas delicados como la privacidad de datos, empleos las plataformas deben identificar beneficios funcionales como una buena privacidad y solvencia también la colaboración trabajando de igual manera para un bien común que es el espectador y con un fuerte compromiso ético.

**11.10. Análisis de la aceptación de la inversión monetaria del usuario en experiencias visuales de eventos deportivos:**

La incorporación de la IA en streaming deportivo no solo ha evolucionado en la calidad técnica y funcionalidad esta pregunta explora y analiza si los usuarios estarían dispuestos en pagar valores extras por las evoluciones de estas plataformas

¿Estarías dispuesto a pagar más por una plataforma que utilice IA para ofrecerte una experiencia más personalizada?

429 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El 73% de los encuestados respondió con “SI” la gran mayoría está dispuesta en pagar una suscripción y pagar un valor extra por plataformas que muestren una mejor calidad en todos los aspectos de transmisión de eventos deportivos es vista como una beneficio valioso y tangible

También aquí con lleva otro desafío el equilibrio de valores con acciones e implementaciones de mejores por las plataformas debe ser equitativo porque es de vital importancia mantener el vínculo de espectador y plataforma para seguir en auge.

Mientras tanto que el 27% respondió con “NO” las razones de esta negativa tienen los siguientes factores dando a conocer que los costos adicionales no van de la mano con los beneficios que encuentran en estas plataformas o simplemente no desean pagar más por que no están interesados por más servicios digitales de streaming.

Algunos creen que el valor de la suscripción ya debe estar incluido estas actualizaciones o estas implementaciones o también otro factor es el que usuarios no buscan una personalización si no que desean una experiencia más general la afirmación del si en pagar un valor extra significa al servicio lo que traducida mente hace un modelo más rentable dando a conocer tipos o escalas de suscripciones desde las más general hasta la más personalizada con una estrategia de marketing dar a conocer estas incorporaciones de IA's y como mejora la experiencia del espectador de una manera tal y como ella desea y como esto justifica el valor adicional por ejemplo al 27% que dijo que no estas plataformas deben acomodarse con un valor atractivo que la implementación de IA en transmisiones de streaming deportivo sea para todos pero con una personalización profunda seria lo más top de estas plataformas.

La clara disposición de pagar por mejores condiciones de experiencia personalizada propuesta por IA es una clara señal de que los espectadores dan una aceptación a esta incorporación diseñando mejores adaptaciones individuales en una creciente interacción digital más actualizada más inteligente y adaptada a las necesidades individuales de cada suscriptor.

## **12. Conclusiones:**

Este artículo de carácter académico presenta que la implementación de la inteligencia artificial en la transmisión de eventos deportivos tiene como objetivo ofrecer y mejorar una experiencia más personalizada a cada usuario compartiendo una mayor interacción y una inversión más eficaz en el ámbito de los roles operativos de la transmisión que tienen que ver con los costes de los equipos técnicos, creadores de contenido, clubes deportivos y ligas de eventos deportivos.

Relacionando las transmisiones desde un punto de vista tradicional en el marco de diversos roles en que se habla en este artículo. Las respuestas que surgen a raíz de esta incorporación de la IA

desembocan en un abaratamiento en costes, información on-fire, resúmenes instantáneos y automatizando procesos clave como puede ser la recopilación de información, tomas de ángulos, seguimiento a jugadores, rendimientos del equipo las estadísticas on-fire. Si tú deseas comenzar a streamear puedes ayudarte en IA's como OBS este programa tiene presidencial de autonomía de int guilty que ayudan para comentarios automáticos creación de guiones gratuitos

En la ejecución el uso de la cámara Pixellot es una innovación en las cámaras profesionales las cuales tienen sea incorporado algoritmos de la información que permite grabar y transmitir eventos deportivos. En el ámbito de las plataformas streaming, incluye herramientas de Amazon IVS y ESPN tiene un sistema de personalización muy desarrollado en temas como interacción en tiempo real y moderación de un Bot, asistente automático.

podemos poner en una balanza las transmisiones tradicionales que quedan atrás qué avances traen las Tecnologías que se han concebido en el ámbito de las transmisiones deportivas que ya son digitales en cualquier dispositivo inteligente que potencia la creatividad a los autores de contenidos Stream, con menor coste. Las interacciones de los usuarios y una producción con la mejor calidad visual nos traen las inteligencias autónomas muchos beneficios, pero también hay cuestiones que hay que abordar, en especial en los puntos éticos y laborales, en un claro ejemplo una problemática radica en el secreto de datos de usuarios, y a lo que es de conocimiento público la reducción de trabajos en la industria de la comunicación. A pesar de esa problemática su incorporación (IA) se ha convertido en un factor importante que permite dar soluciones innovadoras que dan respuesta a la nueva demanda de públicos cada vez más exigentes por eso se hace muy importante que estas herramientas empiecen a dar la cara a la comunidad y que se hablen de buenas prácticas en el uso.

Como punto final la Inteligencia Artificial no hace más que transformar las transmisiones deportivas, ya no en el ámbito de la lógica, sino que abre un futuro al entretenimiento digital, con una

buena propulsión para una industria más interactiva, más eficiente y más accesible a los creadores, los espectadores y los futuros espectadores.

### 13. Referencias:

Arosa, J. M. P. (2021). *La implantación y evolución de las nuevas tecnologías en las televisiones públicas europeas para la aparición del público participante. La comunicación deportiva en la era 3.0* (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA).

Bisoyi, B., Mishra, V., Das, B., & Satpathy, I. (2024). Role of E-Business driven OTT platforms in influencing consumer's intention to cut the cable cord. *Management and Labour Studies*, 49(1), 82-96.

Castro, A., Pérez-Rufí, J., Torres, J. L., Carballeda, M. R., & De Aguilera, M. (2022).

*Streaming de vídeo, cómo las plataformas condicionan el comportamiento y los*

*usos expresivos de los usuarios de sus apps*. *Revista Latina De Comunicación Social*,

2(80), 1–20. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1545>

Canavilhas, J., & Giacomelli, F. (2023). Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal. *Revista de Comunicación*, 22(1), 53-69.

Catalán, J. A., Valcarce-Torrente, M., Gálvez-Ruiz, P., Angosto, S., & García-Fernández, J. (2024). Análisis de la experiencia de usuario (UX) de una fitness app según género. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 19(60), 2098. <https://doi.org/10.12800/ccd.v19i60.209>

Céspedes Luque, D. A. (2022). *Periodismo deportivo y nuevas tecnologías: Twitch como herramienta digital de difusión.*

Coordinadores: Dr. Sergio Splendore, Ruiz, *Medios de comunicación públicos y ecosistema digital*, Revista Latina de Comunicación Social: Núm. 81 (2023)

Cukier, K., Mayer-Schönberger, V., & De-Vericourt, F. R. A. N. C. I. S. (2021). *La virtud humana en la era digital.* Turner Publicaciones SL. <https://bit.ly/3OWbocD>.

Dafuncho, José (2016) *El futuro de los medios en Latinoamérica propuestas de mejor para la industria de la televisión por cable. Repositorio de la Universidad de Palermo* (p.112) 111-112 <http://hdl.handle.net/10226/1826>

Fajardo Pino, P. F. (2024). *Rediseño de marca corporativa para la transición de un canal deportivo a una plataforma de streaming Caso: GOLTV* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Guillén Cuevas, J. (2024). *NUEVOS FORMATOS DEL PERIODISMO DEPORTIVO: DIARIO AS.*

Haggstrom, G. (2020). The Future of Television: The Trend of Cord-Cutting and the Rise of Streaming Services. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 11(1), 3-13.

Juan Luis Manfredi Sánchez, María José Ufarte Ruiz, José María Herranz de la Casa, *Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo*, Revista Latina de Comunicación Social: Núm. 74 (2019)

Kim, J., Lee, H., & Cho, Y. H. (2022). Learning design to support student-AI collaboration: Perspectives of leading teachers for AI in education. *Education and Information Technologies*, 27(5), 6069-6104.

Rojas-Torrijos, J. L. (2022) Radar, Pistas y tendencias en el periodismo deportivo. Libros con H.

Rojas-Torrijos, J. L., & De Santis, A. (2024). Capítulo 7. El periodismo deportivo, terreno de vanguardia para la aplicación de la Inteligencia Artificial. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (23), 141-171.

María José Ufarte Ruiz, Francisco José Murcia Verdú, *Una aproximación al mapa sobre la investigación en inteligencia artificial aplicada al periodismo en Europa (2013-2023)*: Núm. 82 (2024).

Muhammad, K., Ullah, H., Obaidat, M. S., Ullah, A., Munir, A., Sajjad, M., & De Albuquerque, V. H. C. (2021). AI-driven salient soccer events recognition framework for next-generation IoT-enabled environments. *IEEE Internet of Things Journal*, 10(3), 2202-2214.

López, D. M., de Oliveira, J. S., & Chávez, R. M. (2024). Poder y plataformas de streaming en el deporte: un análisis estructural de DAZN como industria creativa audiovisual en la Red. *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 15(1), 185-200.

Lopez, J. M. T., Ruiz, M. J. U., & Mazza, B. (2022). Aplicación de la inteligencia artificial en comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80).

Luhrs, L. A. A. (2022). Avatar virtual con inteligencia artificial y algoritmos de aprendizaje automático en aplicaciones deportivas.

Pérez Triviño, J.L. (2022). *La Inteligencia Artificial en el deporte: Problemas y principios para su adopción*. *Revista Española de Derecho Deportivo*, 49. <https://www.researchgate.net/publication/360950926>

Peña Amoroso, N. J. (2023). *Análisis de la evolución de las transmisiones deportivas a través de streaming*, caso LigaPro.

Perez Garcia de la Puente, N. (2021). IA aplicada a la detección de eventos en vídeos deportivos (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).

Podara, A., Matsiola, M., Kotsakis, R., Maniou, T. A., & Kalliris, G. (2021). *Generation Z's screen culture: Understanding younger users' behaviour in the television streaming age – The case of post-crisis Greece*. *Critical Studies in Television*, 16(2), 91–109. <https://doi.org/10.1177/17496020211005395>

Strangelove, M. (2015). *Post-TV: Piracy, cord-cutting, and the future of television*. University of Toronto Press.

Tefertiller, A. (2018). *Media substitution in cable cord-cutting: The adoption of web-streaming television*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 390-407.

Tokio School (2022, 8 de mayo). *La inteligencia artificial en el deporte*. <https://www.tokioschool.com/noticias/inteligencia-artificial-deporte/>

Triviño, J. L. P. (2022). La Inteligencia Artificial en el deporte. Problemas y principios para su adopción. *Revista española de derecho deportivo*, 49, 39-71.

Ufarte Ruiz, M. J., Calvo Rubio, L. M., & Murcia Verdú, F. J. (2021). *Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial*. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 27(2).

El Universo. (2025, 21 mayo) *Casi un millón de clientes han dejado el servicio de televisión pagada en Ecuador, en siete años*.  
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/television-pagada-ecuador-un-millon-de-clientes-se-han-perdido-nota/>

Universidad Europea (2022, 5 de septiembre). *La inteligencia artificial en el deporte*.  
<https://universidadeuropea.com/blog/inteligencia-artificial-deporte/>

Torrijos, J. L. R., & Bran, C. T. (2019). Periodismo deportivo automatizado. Estudio de caso de AnaFut, el bot desarrollado por El Confidencial para la escritura de crónicas de fútbol. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 29, 235-254.

Teixeira Leite,E. (2025) El poder de las estrategias en el marketing deportivo: patrocinio,licencias y publicidad en acción. *Revista Brasileña de Desarrollo*. p. (1-14)  
<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/79628/54942>

Túñez López, J. M., Ufarte Ruiz, M. J., & Mazza, B. (2022). Aplicación de la inteligencia artificial en comunicación. *Revista Latina De Comunicación Social*, (80). Recuperado a partir de  
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1734>

