

Transformando el juego: La revolución de la inteligencia artificial en el periodismo deportivo


Transforming the Game: Artificial Intelligence Revolution in Sports Journalism

Recepción: 31/01/2024, revisión: 02/02/2024,
aceptación: 01/04/2024, publicación: 01/01/2025

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>

 Christian Giovanni Miranda Gaibor
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba, Ecuador
giovanny.miranda@unach.edu.ec

 Andrés Leandro Rodríguez Galán
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba, Ecuador
andres.rodriguez@unach.edu.ec

 Carlos Alberto Larrea Naranjo
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba, Ecuador
carloslarrea@unach.edu.ec

 Ramiro Geovanny Ruales Parreño
Universidad Nacional de Chimborazo
Riobamba, Ecuador
rruales@unach.edu.ec

<https://doi.org/10.32719/26312514.2025.11.6>

Resumen

El alcance de la inteligencia artificial (IA) en el periodismo deportivo dio paso a propuestas que han abierto nuevas posibilidades para debatir. Resalta, de este modo, la necesidad de ejecutar una investigación relacionada con el análisis de la incidencia de la IA en el periodismo deportivo, por los efectos que ha generado tanto para las empresas mediáticas a nivel mundial como para las audiencias. La metodología utilizada ha contemplado el enfoque cualitativo basado en revisión documental y análisis de contenido sobre artículos científicos y académicos de repositorios como SciELO, Scopus y Mendeley entre 2018 y 2023. Los principales resultados determinaron que, con la IA, el periodismo deportivo ha generado mayor notoriedad, especialmente con la masificación del fútbol como deporte por excelencia: ha promovido un mayor dinamismo en las coberturas periodísticas para satisfacer las necesidades de una audiencia que demanda más variedad de información. Se concluye que la calidad informativa del redactor es un aspecto complementario que requiere visibilizarse frente a las ventajas que presenta la IA,

lo que implica promover un perfil profesional que se articule con las nuevas demandas. Su incidencia en el periodismo deportivo está marcada por la innovación y el desarrollo tecnológico, categorías con que no todos los medios locales cuentan, lo que determina desigualdad en el mercado mundial.

Abstract

The scope of artificial intelligence (AI) in sports journalism has given rise to proposals that have opened new possibilities for discussing a field that has undoubtedly arrived with force. This has led to the need to carry out an investigative process related to the analysis of the incidence of artificial intelligence in sports journalism, due to the effects it has generated for media companies worldwide as well as for audiences that increasingly demand greater dynamism. in the news. In this sense, the methodology used has contemplated the qualitative approach based on documentary review and content analysis of scientific and academic articles from repositories such as SciELO, Scopus and Mendeley between 2018 and 2023. The main results determined that, with AI, the Sports journalism has generated greater notoriety, especially with the massification of soccer as a sport par excellence, where it has promoted greater dynamism in journalistic coverage, satisfying the needs of an audience that demands a greater variety of information. It is concluded that the informative quality of the editor is a complementary aspect that requires being made visible in the face of the advantages that AI presents, leading to the generation of a new professional profile that is articulated with the new demands, whose impact on sports journalism is marked by innovation and technological development, categories that not all local media count, which determines inequality in the world market.

— 87 —

Palabras clave · *Keywords*

Deporte, innovación, inteligencia artificial, medios de comunicación, periodismo deportivo, bots

Sports, innovation, artificial intelligence, media, sports journalism, bots

Introducción

El alcance de la inteligencia artificial (IA) en campos como el periodismo dio paso a una variedad de propuestas que han abierto nuevas posibilidades para explorar y debatir los riesgos y beneficios de esta nueva tecnología. De acuerdo con Canavilhas y Giacomelli (2023), la IA se halla en distintas fases del proceso de producción de noticias, que van desde la identificación de tendencias informativas hasta la producción automática de textos y el tratamiento de datos.

El potencial se expresa especialmente ante la presencia de infinidad de datos y, por tanto, la cantidad exponencial de información que circula por internet, espacio que áreas

como el periodismo deportivo ya consideran propio. Se trata de una apuesta de los medios de comunicación que tiene la finalidad de mejorar la calidad de los artículos al analizar datos, verificar hechos e, incluso, identificar palabras que podrían resultar controversiales.

Para Rojas y Toural (2019), por la propia naturaleza del ejercicio periodístico deportivo, la IA se convierte en un aliado esencial. Su expansión se relaciona directamente con la naturaleza de las competiciones, pues favorece la programación de rutinas informativas ante el ciclo repetitivo de torneos y partidos, además de su seguimiento en los medios a partir del manejo de datos ordenados.

La automatización en las coberturas deportivas es otra área en que la IA ha encontrado espacio. Allí se la está empleando no solo para efectuar avances informativos y previsión de resultados en crónicas, sino también para enriquecer las coberturas de los partidos —y, por lo tanto, el campo del periodismo deportivo— al transformar la información en gráficos dinámicos en tiempo real. Sin embargo, esta mecánica se trata más bien de ampliar el número de coberturas para satisfacer la demanda cada vez más creciente de los consumidores de información deportiva, dando por hecho que la IA hallará con mayor facilidad resultados y estadísticas de lo que acontece minuto a minuto (Rojas 2019).

— 88 — En este punto, para Canavilhas y Giacomelli (2023), la IA surge como un valioso auxiliar del periodismo. El modo de consumo de los usuarios de redes ha cambiado, se han transformado hábitos y rutinas. Hoy se explora en internet todo lo que acontece, lo que implica que, para mantener viva a la industria de la comunicación, se dé respuesta. El deporte aparece en este contexto como un tema de amplio interés que ha requerido, por lo tanto, que el periodismo cambie de estrategia.

En este sentido, nuestro estudio ejecuta un proceso de revisión de la literatura con el objetivo principal de analizar la incidencia de la IA en el periodismo deportivo, y con los objetivos específicos de identificar la utilidad de los bots en este campo, describir la percepción de los investigadores sobre la IA en el periodismo deportivo, y estudiar tanto los rasgos relevantes como los riesgos del aporte de esta tecnología a la disciplina.

La evolución de la cobertura periodística deportiva en Ecuador hacia la digitalización

A decir de García (2015), los inicios del periodismo deportivo estuvieron marcados por un contenido pobre que reflejaba una visión amateur; destacaban ciertas disciplinas que no trascendían más allá de su entorno. Sin embargo, sería la proliferación de las competencias deportivas —así como el mayor interés que estas provocaban en los seguidores— la que, con el tiempo, haría que la actividad periodística tomara mayor relevancia, hasta llegar a convertirse en uno de los pilares informativos de los *mass media*.

Las pequeñas publicaciones, que hasta entonces habían sido redactadas por aficionados, empezaron a tener más espacio en los grandes medios. Eran insuficientes las breves reseñas incluidas en diarios de carácter general: la curiosidad naciente del público exigía más información (García 2015).

El periodismo deportivo llegaría a Ecuador bajo un enfoque mercantilista que destacaba al fútbol entre las disciplinas de mayor interés, como en la mayor parte del mundo (Costa 2016). La primera señal del país, establecida en 1931 en Quito, marcaría un hito importante en el periodismo deportivo nacional al transmitir partidos de fútbol (Unkuch y Lala 2022).

Para Tufiño y Clavijo (2016), en realidad, el periodismo deportivo ve la luz en Ecuador hacia 1922, época en que aparece la primera revista deportiva. Destacan en ella eventos de atletismo y campeonatos barriales que se jugaban en la ciudad capital. En la época ya se habían consolidado disciplinas como la natación, el box, el atletismo y el fútbol en su versión amateur, y todos tendrían espacio en ese tipo de prensa escrita (Maldonado 2018).

Comentan Unkuch y Lala (2022) que, con el tiempo, la televisión revolucionaría la forma en que las personas consumirían el deporte. Según ellos, el periodismo deportivo tendría entonces su mayor apogeo, y se formarían los primeros profesionales del área.

En la actualidad, el periodismo deportivo ha debido trasladarse al formato de la virtualidad, en respuesta al uso cada vez mayor de internet. Esto lleva a las audiencias a nuevas experiencias tanto en la cobertura de los eventos deportivos —especialmente el fútbol— como en el seguimiento informativo.

— 89 —

Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: la *big data*

Hablar de IA es vislumbrar un campo aún en constante exploración y evolución, en cuyo proceso evolutivo ya se avizora una tecnología de gran importancia para la sociedad en su conjunto. Tal es así, que se afirma que actualmente vivimos la cuarta Revolución Industrial, manifestada en el mejor procesamiento de la *big data* y en el surgimiento de robots automatizados, internet y la realidad aumentada (Garrell y Guilera 2019).

La IA ha contribuido al desarrollo de distintas disciplinas. Sus fundamentos datan de silogismos de Aristóteles del siglo III a. C., pero se considera como el primer trabajo de IA el planteamiento de una red neuronal artificial presentado por McCulloch y Pitts en 1943. En él confluyen tres aspectos centrales: los conocimientos sobre la fisiología básica anclada al funcionamiento de las neuronas del cerebro, la teoría de la computación y el análisis formal de la llamada *lógica proposicional* (Coca y Llivina 2021).

De ahí en adelante, la IA encontrará un camino lleno de avances y fracasos, hasta ser en la actualidad una propuesta interesante en campos como el periodismo deportivo, que intenta utilizar, por ejemplo, su capacidad para procesar una amplia gama de datos (*big data*). Para Canavilhas y Giacomelli (2023), ante la crisis sin precedentes del periodismo

en general —que tuvo que llevar a cabo recortes de personal y el cierre de ediciones impresas—, ahora se busca superar con la IA los nuevos retos de las redacciones periodísticas.

De la Paz (2023) comenta que, ante la precarización del oficio, el desempleo y la imposibilidad de los profesionales de sentirse realizados, la innovación ha adquirido un papel cada vez más preponderante en el periodismo deportivo, que no ha dejado pasar la oportunidad para introducirse en el metaverso o en la IA, lo que genera una mayor expectativa sobre su usabilidad.

En este sentido, para Rojas (2019), el llamado *periodismo automatizado* ha encontrado en las coberturas deportivas un terreno fértil, en tanto necesitan un manejo ordenado de los datos, así como la implementación de rutinas de carácter repetitivo, pero con un giro en el que el contenido genere mayor impacto. Lo expuesto ha determinado que se redefinieran tanto el modo de cubrir las competiciones como el rol del periodista deportivo en la redacción.

En este punto, la IA emerge como un precioso auxiliar para un campo que se ve agobiado por las demandas de los propios usuarios, que, equipados con dispositivos móviles con acceso a internet, han transformado la búsqueda de información en un acto rutinario en el transporte público, en las salas de espera, en los intervalos de las reuniones o en cualquier breve parada de la vida personal o profesional. Encender el *smartphone* y chequear las últimas novedades a través de las notificaciones o las redes sociales se ha convertido en un hábito. Seguir procesos innovadores y dar respuesta a esta demanda es imprescindible para la supervivencia de la industria periodística, frente a la presión de otras fuentes como las redes sociales digitales.

El papel del periodista deportivo en la inteligencia artificial

Proporcionar rigor a la información difundida en los medios de comunicación deportivos y, por lo tanto, mejorar la calidad de los artículos periodísticos han sido aspectos clave por los que el periodismo deportivo se ha interesado en la IA. Esto se ancla, como ya se ha dicho, a la necesidad de ajustar las rutinas periodísticas a los nuevos hábitos de consumo de las audiencias.

Esta es una cuestión que, según Rojas (2019), ha determinado la apuesta por un nuevo rol de los periodistas deportivos, que han de encargarse de conseguir más información mientras se cubren los partidos. Las nuevas coberturas deportivas deben generar una visión propia y aportar análisis, lo que indica que no debe repetirse aquello que la audiencia ya ha visto en el partido (Kian et al. 2018). Además, ante las nuevas formas de cubrir las competiciones, las actuales demandas informativas del aficionado tienen que ver más con lo que rodea a los protagonistas, con las competencias dentro y fuera del vestuario, antes que con el partido en sí; esto ha redireccionado la labor periodística hacia un rol mucho más activo.

Entonces, las innovaciones tecnológicas han supuesto la alteración del rol tradicional del periodista deportivo, que ha pasado a ocupar un papel de moderador más que de mediador (Perreault y Bell 2020). Esto podría suponer, por lo tanto, la búsqueda de la calidad dentro de un campo tradicionalmente considerado de baja seriedad con relación a otros de la profesión (English 2016).

El Kharrachi (2022) señala que, en los tiempos actuales, el periodista deportivo tiene que confrontar nuevos retos relacionados con la velocidad con que llega la noticia, así como con las formas de publicar la noticia acorde a las preferencias de la audiencia en la virtualidad. Dicha audiencia ya no se conforma con los resultados de los partidos o con saber quiénes marcaron los goles; quiere que el periodista le presente estadísticas profundas y análisis sobre cada encuentro.

Lo expuesto determina que el profesional en el área debe especializarse en el uso y manejo de la IA como herramienta que aporte al trabajo periodístico, puesto que de lo que se trata es de ofrecer calidad en el proceso de producción de la noticia, el tratamiento de los datos, el contraste de fuentes, entre otros factores, evitando el sensacionalismo.

Metodología y materiales

Diseño

— 91 —

El presente estudio se llevó a cabo mediante una revisión documental. La metodología empleada fue la revisión de la literatura, con los propósitos de llevar a cabo un proceso argumentativo y reflexivo y de profundizar en temas que enriquezcan el conocimiento y, por ende, contribuyan a una comprensión más profunda del fenómeno abordado (Meza et al. 2020). Para ello, se consideró pertinente la adopción de un enfoque cualitativo en un nivel descriptivo.

El enfoque cualitativo se fundamenta en la necesidad de obtener información relevante relacionada con la utilidad de los bots en el periodismo deportivo, de describir la percepción de los investigadores acerca de la IA en este campo, y de identificar los rasgos significativos y los riesgos de la aplicación de esta tecnología en la disciplina. Posteriormente, se llevó a cabo un análisis descriptivo del fenómeno abordado, es decir, de la interacción entre la IA y el periodismo deportivo.

Estrategias de búsqueda

Para la obtención de información se tuvieron en cuenta artículos científicos y académicos de repositorios como Redalyc, SciELO, Scopus, Mendeley, entre otros. En los motores de búsqueda se consideraron los textos de mayor relevancia, en los que

debían destacar términos clave como “IA” y “periodismo deportivo”. Además, resultó pertinente la aplicación de criterios de selección con el fin de otorgar mayor validez académica y, al mismo tiempo, facilitar la filtración de información que contribuyera a la investigación.

Criterios de inclusión

Dentro del proceso se consideró la inclusión de revistas indexadas con artículos relacionados al periodismo deportivo y a la IA, publicados entre 2018 y 2023, con la finalidad de obtener información más actualizada. Asimismo, se utilizó material redactado en español y en inglés.

Criterios de exclusión

Los textos científicos que no se consideraron para este estudio fueron aquellos que no se encontraran indexados, los redactados en otros idiomas, los no relacionados al deporte y los que no presentaran resultados relevantes para cumplir con el objetivo principal.

— 92 —

Extracción de datos

Para la extracción de datos se elaboraron fichas bibliográficas. Estas se utilizaron de acuerdo con la necesidad de la información requerida, tomando en cuenta los siguientes indicadores:

- Información bibliográfica: nombres del o los autores, año de publicación
- Ideas principales

Análisis de datos

Para llevar a cabo el tratamiento de los datos obtenidos, se empleó la técnica de análisis de contenido. De acuerdo con Abela (2019), esta técnica se utiliza para interpretar textos —ya sean filmados, grabados, pintados, escritos o de otras formas— que permitan obtener datos relevantes. Recabar las ideas principales de cada artículo facilitó su interpretación y, con ello, la realización de un proceso de triangulación de datos anclado en la inferencia personal, lo que permitió comprender con mayor profundidad el fenómeno abordado y destacar, por tanto, las principales conclusiones.

Análisis y resultados

Tabla 1
El uso de bots y algoritmos en el periodismo deportivo,
según los artículos recabados

Autor(es)/año de publicación	Ideas principales
Rojas y Toural (2019)	<p>Experimentos de los medios internacionales: los bots cubren más temas, incrementan el tamaño de la audiencia, enriquecen las coberturas con mayor número de datos, la información es más rápida y se da en tiempo real. El bot ahorra al redactor tiempo de trabajo, cubre áreas a las que el ser humano no puede llegar en el tiempo requerido por las audiencias, y promueve una mayor difusión.</p> <p>Limitaciones: la IA se puede perfeccionar desde la supervisión editorial de los redactores para conseguir mayor calidad en los textos, a partir del adiestramiento de la máquina.</p> <p>La IA en la producción de contenidos informativos está marcando la agenda de desarrollo de productores de contenido, agencias y medios. Sin embargo, es aún incipiente el uso respecto a las potencialidades que otorga la IA al periodismo.</p> <p>El bot escribe la noticia de manera automática. Es el uso más común en el periodismo.</p> <p>Existe el riesgo de que el periodismo caiga en una aplicación simple y en una generación automatizada de noticias que lleve a malas prácticas. Existe preocupación de los expertos sobre el uso indiscriminado de bots, algoritmos y otros procesos relacionados con la IA.</p> <p>Puede llevar a eliminar y reducir la plantilla de periodistas.</p>
Segarra, Cristófol y Martínez (2019)	<p>Gran parte del contenido periodístico puede sustentarse en la tecnología con visualización de datos brindada por el análisis numérico de distintas estadísticas. Esto indica que la IA tiene un papel más importante en el periodismo deportivo que en otros tipos de periodismo como el social o político, porque usa gran variedad de datos.</p>
Tejedor y Tusa (2019)	<p>Los contenidos generados automáticamente por bots presentan características comunes: la extensión de cada pieza está relacionada básicamente con el número de goles del partido. Se plantea así que el partido se reduce al número de goles, mientras que se obvian otros puntos.</p>

Elaboración propia.

Tabla 2
Percepción sobre el uso de la IA en el periodismo deportivo,
según los artículos recabados

Autor(es)/año de publicación	Idea principal
Galily (2018)	El uso de la IA en el periodismo deportivo supone la incorporación de un mayor número de profesionales dirigidos a generar, recopilar y gestionar datos para alimentar los procesos de generación de la IA.
Rojas (2019)	<p>La IA y sus algoritmos se están utilizando en la industria mediática, con funciones como la valoración de las noticias, el análisis de contenidos informativos desde la opinión, y la métrica generada por los usuarios en su navegación.</p> <p>La automatización de noticias en el deporte se emplea para avances informativos, resultados y crónicas, así como para enriquecer la cobertura minuto a minuto de los partidos. Además, dinamiza la cobertura con datos transformados en gráficos en tiempo real. Esta automatización, más que aumentar el número de coberturas, se centra en satisfacer la mayor demanda de los consumidores sobre información deportiva.</p> <p>Los usuarios dan por hecho que en el móvil obtendrán resultados inmediatos, estadísticas, gráficos y claves de lo que acontece.</p> <p>La crónica deportiva de datos se relaciona de manera directa con el aprovechamiento cada vez más evidente que se hace en medios digitales de visualizaciones de estadísticas y gráficos, en detrimento de textos más elaborados, que quedan relegados para otro tipo de historias.</p> <p>Los contenidos automatizados no requieren, en su producción, del aporte del analista, periodista especializado o experto. Estos aportan valor diferenciador al medio, al momento de producir otra clase de contenido no necesariamente informativo, que sea de calidad.</p>
Rojas y Toural (2019)	<p>El uso de la IA se da especialmente en países en los que existe desarrollo tecnológico de alto nivel, así como en medios periodísticos que se interesan por la innovación.</p> <p>La automatización de contenidos facilitará ejecutar órdenes programadas y tomar decisiones complejas en función de la capacidad de aprendizaje de la IA.</p>
Murcia, Ramos y Calvo (2022)	<p>El periodismo deportivo se ha visto como un campo poco serio en relación con otras áreas.</p> <p>Las investigaciones determinan que en el periodismo deportivo se usan menos fuentes de información y menos puntos de vista, y que se presenta a la audiencia información verificable de menor calidad.</p>

Autor(es)/año de publicación	Idea principal
	<p>El estilo del periodista marca la diferencia entre la redacción tradicional y la generada por IA. El uso de adjetivos valorativos y verbos de atribución enriquece el texto, por ser rasgo común del redactor humano.</p> <p>El número de datos comprobables es mayor en textos realizados por algoritmos que en los escritos por el periodista.</p> <p>La base de datos otorga mejor información estadística que la del redactor.</p> <p>La IA otorga mejor información relacionada a antecedentes y consecuencias, al contextualizar los hechos.</p> <p>En el escrito del periodista predomina el uso de la narración cronológica, que detalla la incidencia del partido de carácter noticioso. En la IA aparecen solo datos.</p> <p>En el caso de las crónicas de partidos de fútbol, la IA ha generado un avance importante con respecto al tratamiento del juego a partir de datos observables.</p> <p>La IA no aporta en temas de análisis como la interpretación, sino que se limita a exponer de manera cronológica los hechos suscitados en un partido de fútbol.</p>
Canavilhas y Giacomelli (2023)	<p>El deporte es un tema de gran interés mundial, por lo que se espera que se automatice en medios dedicados exclusivamente a él.</p> <p>Uso de la IA en el deporte: para mejorar los títulos de las noticias (se basa en las palabras más buscadas en Google Trends), para incluir contenidos multimedia en espacios más apropiados de las noticias en línea, y para publicar o republicar la información noticiosa.</p> <p>De la investigación desarrollada se determina que los medios deportivos no hacen mucho uso de la IA. Esto obedece a la falta de recursos económicos, seguido por la falta de conocimiento sobre su potencial y por los problemas éticos relacionados a su uso.</p>

Elaboración propia.

Tabla 3
Beneficios y riesgos de la IA en el periodismo deportivo,
según los artículos recabados

Autor(es)/año de publicación	Ideas principales
Rojas (2019)	Los contenidos automatizados no requieren en su producción del conocimiento de analistas expertos o periodistas especializados. Estos deberán dar un valor añadido de calidad.

Autor(es)/año de publicación	Ideas principales
	<p>El uso del bot puede ser compatible con la tarea del profesional, siempre que este se dedique a tareas menos automáticas y más creativas.</p> <p>La tecnología aporta con nuevas perspectivas en la cobertura periodística de índole deportivo. Mientras los resultados, las estadísticas y las declaraciones se producen de manera automática, el comunicador puede invertir su tiempo en la búsqueda de historias, en el manejo de fuentes y en el uso del idioma. Esto es aquello en lo que la IA no puede suplantar al humano.</p>
Rojas y Toural (2019)	<p>El uso del bot ha supuesto una producción más veloz y amplia y una mayor variedad temática en las coberturas.</p> <p>Supone la eliminación de tareas automáticas o rutinarias para el redactor. La tarea de la automatización no es sustituir al periodista por algoritmos. La idea es promover que el profesional dedique más tiempo a ejercer el reportaje, a investigar o buscar historias para que el producto informativo gane calidad y diferenciación.</p>
Segarra, Cristófol y Martínez (2019)	<p>Es más eficaz la redacción automatizada de noticias. Alerta en este sentido la pérdida de puestos de trabajo, aunque se coincide en que surgirán nuevos perfiles profesionales, como la reconversión de mero redactor a editor de noticias.</p>
Canavilhas y Giacomelli (2023)	<p>Los <i>mass media</i> acuden a la IA para producir contenido de mayor calidad y en mayor magnitud. Esto supone un ahorro de recursos, pero a la par indican no tener recursos suficientes para implantar esta solución.</p> <p>La IA puede ser un activo para el periodismo, al otorgar un mayor número de herramientas para analizar datos, distribución personalizada y búsqueda de contenidos multimedia, tres de las áreas con mayor potencial.</p>

Elaboración propia a partir de la revisión bibliográfica.

Discusión y conclusiones

La incidencia de la IA en el periodismo deportivo está marcada por su amplia utilidad en el uso cada vez mayor de datos, campo en que el redactor de noticias no puede ejercer control, por el ejercicio automatizado que requiere. Esto es lo que se denominaría *periodismo automatizado*. De acuerdo con el estudio de Sanahuja y López (2021), los algoritmos han llegado a influir enormemente en la información, desde la búsqueda y la producción de contenidos hasta su distribución y consumo. Es importante destacar que, a diferencia de lo que ocurre en el estudio de Sanahuja y López, que da mayor relevancia a los algoritmos, en el presente estudio adquieren una mayor significación los bots.

La incidencia de la IA en el periodismo deportivo está determinada, asimismo, por el interés de los medios de comunicación por incorporar dos categorías esenciales en sus redacciones: la innovación y el desarrollo tecnológico. Sin embargo, los medios de la región no están considerando la IA en las coberturas periodísticas deportivas, sobre todo por el factor económico, aunque también falta conocimiento sobre esta nueva tecnología y existen preocupaciones éticas relacionadas con su uso.

La investigación realizada por Shaw (2021) acerca del uso de la IA en el periodismo a nivel mundial concluye que la falta de recursos ha resultado en una creciente desigualdad entre los medios de comunicación. Esta investigación advierte sobre el peligro que esto representa para las economías emergentes de los medios locales, que corren el riesgo de quedar rezagados frente a las grandes marcas mundiales. Como solución, se sugiere trabajar de manera conjunta para aprovechar los beneficios de la IA.

Por otro lado, los estudios analizados coinciden en que, pese a que la IA se ha tomado gran parte del trabajo periodístico, urge la necesidad de crear y promover un nuevo perfil que complemente la tarea ejecutada por esta tecnología. Existen factores —como el análisis y el carácter valorativo del ser humano— que no pueden ser reemplazados. En la actualidad, además de transmitir la información de manera adecuada, la tarea del periodista es colaborar con los *softwares* inteligentes para obtener mayor calidad en el producto; esto indica un perfil más especializado y con mayor conocimiento en la IA para visibilizar su rol en el campo (Velas 2020).

Finalmente, los estudios analizados coinciden en que la IA ha impulsado un tipo de periodismo deportivo más serio y confiable, lo que indica un mayor esfuerzo para profesionalizarse. En este sentido, Tenesaca, Tenezaca y Hernández (2022) señalan que en los tiempos actuales —cuando el deporte, especialmente el fútbol, es uno de los ejes esenciales de la comunicación—, se deberían aprovechar y fomentar espacios en el aula para una formación y profesionalización del estudiante universitario en este campo.

De este modo, y partiendo de nuestro objetivo principal —sobre la incidencia de la IA en el periodismo deportivo—, podemos decir que los *bots* son programas de trascendencia para la profesión, en tanto permiten sintetizar amplia información en datos estadísticos y gráficas que dentro de la cobertura dinamizan el trabajo. Por su utilidad, la IA promueve la adquisición de una mayor audiencia y, por lo tanto, mayores réditos económicos para las empresas mediáticas.

Aunque se han identificado riesgos como la reducción de personal y la sustitución del trabajo humano, las investigaciones recabadas coinciden en que los humanos pueden complementar a la IA, promoviendo un alto nivel de profesionalismo respaldado por un amplio conocimiento de la tecnología. Sin embargo, es importante señalar que no todas las empresas mediáticas de la región disponen de recursos económicos para innovar, lo que reduce considerablemente su ventaja competitiva frente a las grandes empresas internacionales.

Es esencial tener en cuenta que la IA por sí sola no garantiza la calidad de la información: requiere la contribución humana. Se deberá evitar, para ello, la promoción de un tipo de periodismo que limite su práctica a la mera presentación de datos sin análisis crítico.

Referencias

- Abela, Juan. 2019. “Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada”. *Ábaco en Red*. <https://acortar.link/JgRHiF>.
- Canavilhas, João, y Fabio Giacomelli. 2023. “Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: Estudio en Brasil y Portugal”. *Revista de Comunicación* 22 (1): 53-69. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3005>.
- Coca, Yuniesky, y Miguel Llivina. 2021. *Desarrollo y retos de la inteligencia artificial*. La Habana: UNESCO. <https://acortar.link/bDnPiN>.
- Costa, Daniel. 2016. “Exploración de las causas por la escasa profundidad e investigación en el periodismo deportivo de Ecuador”. Tesis de licenciatura, Universidad San Francisco de Quito, Ecuador. <https://tinyurl.com/4j4yfw45>.
- De la Paz, Jorge. 2023. “Innovar en periodismo deportivo: Aportes desde una perspectiva disciplinar”. *Universitas* 38: 17-40. <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.01>.
- 98 — El Kharrachi, Younes. 2022. *Guía del periodismo deportivo*. Doha: Aljazeera Media Institute. <https://acortar.link/yHMZxt>.
- English, Peter. 2016. “Mapping the Sports Journalism Field: Bourdieu and Broadsheet Newsrooms”. *Journalism* 17 (8). <https://doi.org/10.1177/1464884915576728>.
- Galily, Yair. 2018. “Artificial Intelligence and Sports Journalism: Is It a Sweeping Change?”. *Technology in Society* 54: 47-51. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.03.001>.
- García, María Verónica. 2015. “Inserción de la mujer en el campo profesional del periodismo deportivo, visión e incidencia de las socias en la Asociación de Periodistas Deportivas de Pichincha (APDP), durante el año 2014”. Tesis de licenciatura, Universidad Central del Ecuador. <https://acortar.link/IMDIEL>.
- Garrell, Antoni, y Llorenç Guilera. 2019. *La industria 4.0 en la sociedad digital*. Barcelona: Marge Books.
- Kian, Edward, Bradley Schultz, Galen Clavio y Mary Lou Sheffer. 2018. *Multimedia Sports Journalism: A Practitioner's Guide for The Digital Age*. Nueva York: Oxford University Press.
- Maldonado, Diego. 2018. “Periodismo deportivo y prensa escrita: Análisis de contenido de las notas deportivas de portada de los días lunes de El Telégrafo y El Comercio desde un enfoque de calidad periodística, de enero a junio de 2017”. Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador.
- Meza, Gabriela, Gustavo Rubio, Leidy Mesa y Alexander Blandón. 2020. “Carácter formativo y pedagógico de la revisión de literatura en la investigación”. *Información Tecnológica* 31 (5): 153-62. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000500153>.

- Murcia, Francisco, Rubén Ramos y Luis Calvo. 2022. “Análisis comparado de la calidad de crónicas deportivas elaboradas por inteligencia artificial y periodistas”. *Revista Latina de Comunicación Social* 80: 91-111. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1553>.
- Perreault, Guy, y Travis Bell. 2020. “Towards a ‘Digital’ Sports Journalism: Field Theory, Changing Boundaries and Evolving Technologies”. *Communication & Sport* 10 (3). <https://doi.org/10.1177/2167479520979958>.
- Rojas, José Luis. 2019. “La automatización en las coberturas deportivas: Estudio de caso del bot creado por The Washington Post durante los JJ. OO. de Río 2016 y Pyeongchang 2018”. *Revista Latina de Comunicación Social* 74: 1729-47. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1407>.
- , y Carlos Toural. 2019. “Periodismo deportivo automatizado: Estudio de caso de AnaFut, el bot desarrollado por El Confidencial para la escritura de crónicas de fútbol”. *Doxa Comunicación* 29: 235-54. <https://tinyurl.com/7xd82veu>.
- Sanahuja, Rosana, y Pablo López. 2021. “Ámbitos de aplicación periodística de la inteligencia artificial: Mapa conceptual, funciones profesionales y tendencias en desarrollo en el contexto de la pandemia global de la COVID-19”. *Razón y Palabra* 25 (12): 432-49. <https://acortar.link/J6qLdp>.
- Segarra, Jesús, Francesc Cristófol y Alba Martínez. 2019. “Inteligencia artificial (IA) aplicada a la documentación informativa y redacción periodística deportiva: El caso de BeSoccer”. *Doxa Comunicación* 29: 275-86. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a14>.
- Shaw, Robert, ed. 2021. *Usos de inteligencia artificial y machine learning en medios de mercados emergentes: Nueva implementación de tecnología en medios comerciales emergentes*. Copenhague: International Media Support. <https://acortar.link/j6l48G>.
- Tejedor, Santiago, y Fernanda Tusa. 2019. “Análisis de los contenidos generados por robots en los cibermedios deportivos: El caso del diario Sport España”. *Ristí* 20: 139-51. <https://acortar.link/MfHcla>.
- Tenesaca, Silvio, Oscar Tenezaca y Pablo Hernández. 2022. “Deportes, aprendizaje y profesionalización: Caso Comunica TV”. En *Reflexiones sobre periodismo deportivo*, coordinado por Ángel Torres, Andrea de Santis y Ángeles Tamay, 93-105. Quito: Abya-Yala. <https://tinyurl.com/mtmbsuzz>.
- Tufiño, Fernanda, y María Alexandra Clavijo. 2016. “Inserción de las mujeres en el periodismo deportivo ecuatoriano”. *Revista Eletrônica Científica da UERGS* 2 (1): 63-73. <https://tinyurl.com/5xps3n9a>.
- Unkuch, Meset, y Nancy Lala. 2022. “Periodismo deportivo: Una revisión histórica”. En *Reflexiones sobre periodismo deportivo*, coordinado por Ángel Torres, Andrea de Santis y Ángeles Tamay, 13-30. Quito: Abya-Yala. <https://tinyurl.com/mtmbsuzz>.
- Velas, Andrés. 2020. “Irrupción de la IA en las redacciones: Uso y repercusión de la automatización en el periodismo”. Trabajo de fin de grado, Universidad de Sevilla, España. <https://tinyurl.com/t2dv4e2v>.

Declaración de autoría

Christian Giovanni Miranda participó en la conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, supervisión, visualización, redacción del borrador y redacción, y revisión y edición de la versión final. Andrés Leandro Rodríguez Galán contribuyó en la curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, redacción del borrador y redacción, y revisión y edición de la versión final. Carlos Alberto Larrea Naranjo participó en el análisis formal, investigación, metodología, validación, visualización y redacción del borrador. Ramiro Geovany Ruales Parreño contribuyó en el análisis formal, investigación, metodología, supervisión, visualización y redacción del borrador.

Declaración de conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés financiero, académico ni personal que pueda haber influido en la realización del estudio.