

**Globant** ▶

# AI Reinvention

*Sportainment Edição*

**Como a IA está mudando  
a mídia e a experiência dos fãs**

## Já se foi o tempo em que os esportes ficavam confinados a arenas suadas e telas de **TV difusas**

As organizações esportivas e de mídia atuais são gigantes digitais, com sua influência abrangendo continentes e pixels. Elas não estão apenas competindo por troféus, mas lutando pela atenção dos fãs em uma arena de gladiadores de conteúdo, comércio e tecnologia de ponta. O jogo mudou, e os jogadores não são mais apenas os que estão em campo.

**Bem-vindo ao admirável mundo novo do Sportainment, onde a linha entre o atleta e o público se confunde em um frenesi tecnicolor de sobrecarga sensorial. O Sportainment vai além do jogo em si, aproveitando a tecnologia, a multimídia, a música e as experiências interativas para criar um espetáculo de entretenimento cativante para os fãs.**



**AI Reinvention: Sportainment Report**

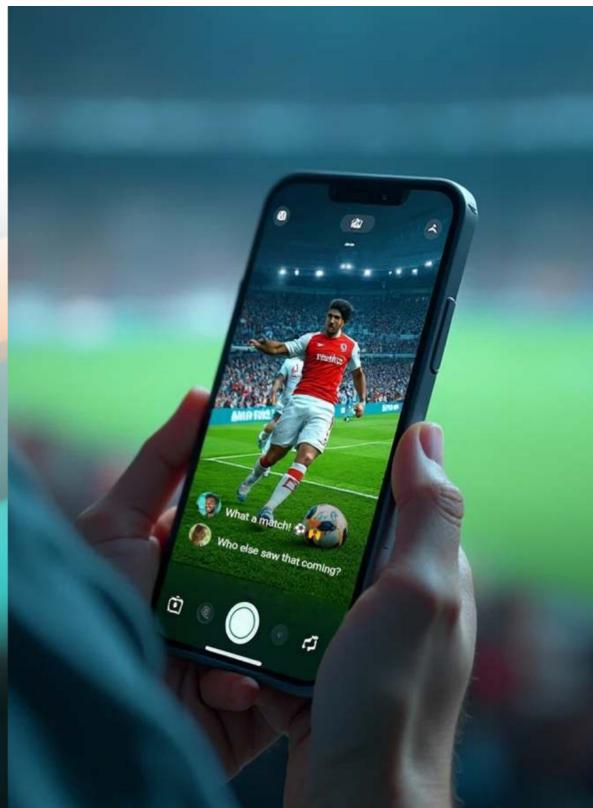
A forma tradicional como os fãs se envolvem e interagem com os esportes evoluiu, com públicos mais jovens, plataformas de vídeo sob demanda e redes sociais além da mídia convencional. O TikTok e o Twitch se tornaram suas principais fontes de informação e entretenimento, exigindo uma mudança no conteúdo da marca. Formatos de jogos, videogames, reality shows e conteúdo audiovisual emocionalmente expressivo são particularmente populares entre esse grupo demográfico.

Os consumidores de hoje buscam estímulo e entretenimento constantes, refletindo as demandas da economia da experiência.

**Entre no mundo do entretenimento esportivo!**



*As expectativas das pessoas em relação às suas experiências digitais estão mudando rapidamente. As empresas de mídia e entretenimento têm estado frequentemente na vanguarda dessa mudança.*



De acordo com uma pesquisa recente da IDC, a nuvem e a virtualização ainda serão fundamentais quando se trata de investimentos em tecnologia de mídia de 2020 a 2024, mas algumas mudanças revolucionárias estão acontecendo. A IA, o machine learning e a análise subiram para o segundo lugar, saltando de um modesto sétimo lugar nas médias de 2020-2022. E adivinhe só? As mídias sociais e a tecnologia de anúncios estão entrando na festa, ficando agora entre os sete primeiros. Prevê-se que a IA no mercado esportivo dispare para US\$ 19.2 bilhões até 2030, impulsionada principalmente pela mudança nas preferências e comportamentos dos fãs.

As empresas de esportes e mídia devem estar preparadas para adotar as tendências e tecnologias emergentes, especialmente dados e inteligência artificial, como veremos neste relatório. Mas segurem suas camisetas, pessoal, porque isso é apenas o aquecimento. À medida que a IA assume o centro do palco, ela está pronta para revolucionar todos os aspectos do entretenimento esportivo.

Vamos explorar os principais pilares que podem ajudar as organizações a cumprir a promessa de sua marca por meio do esporte, do espetáculo e da tecnologia, aumentando o alcance, a aquisição, a fidelidade e as vendas.

**Você está pronto para jogar?**

# Reimaginando a experiência dos fãs com IA

Imagine uma IA que o conheça tão bem quanto o seu melhor amigo, que faça a curadoria de vídeos de destaque personalizados, ofereça estatísticas em tempo real que sejam importantes para você e até mesmo preveja a próxima jogada do seu time. Isso não é ficção científica - é a nova realidade do fã de esportes.

Mas aqui está o ponto alto: essa revolução impulsionada pela tecnologia não se trata apenas de aparelhos chamativos. Trata-se de criar conexões emocionais profundas com os torcedores em uma escala sem precedentes. Ao aproveitar o poder da análise de dados direcionados e da IA, as organizações esportivas e de mídia estão criando experiências hiper personalizadas que transformam espectadores casuais em fiéis obstinados.





# 01. *O poder das* plataformas de streaming

O aumento das plataformas OTT (Over-the-Top) oferece acesso flexível e sob demanda ao conteúdo esportivo, atendendo às necessidades em evolução dos espectadores modernos.

- O consumo de streaming aumentou **266%** nos últimos três anos.
- O público mais jovem está optando cada vez mais por consumir esportes por meio de plataformas ricas em dados. Comparativamente, quase **50%** das pessoas com idade entre 55 e 64 anos nunca usam a Internet e, em vez disso, priorizam a TV linear tradicional.

Do futebol ao críquete, do beisebol ao golfe, as plataformas de streaming em todo o mundo investem bilhões em direitos de transmissão de esportes ao vivo para capturar, envolver e lucrar com um público cada vez mais imprevisível. A Amazon garantiu um acordo no valor de cerca de **US\$1 bilhão** por ano para transmitir o Thursday Night Football por 11 anos, a partir de 2022. Além disso, a ESPN e a Hulu (ambas de propriedade da Disney) obtiveram os direitos de transmissão dos jogos da NHL em um acordo de sete anos avaliado em **US\$2,8 bilhões**.

Para esportes e ligas menores e mais novos, os serviços de streaming podem oferecer a vantagem da cobertura inicial, servindo como porta de entrada para **maior visibilidade e crescimento**. Além disso, essas plataformas podem ajudar a expandir a base de fãs internacionais de um esporte, proporcionando ao público de diferentes regiões acesso mais fácil a esportes que talvez não conheçam bem. A notícia promissora é que os fãs podem desfrutar de **conteúdo expandido** relacionado a seus esportes favoritos, como entrevistas exclusivas com atletas famosos, imagens de bastidores, análises detalhadas e questionários interativos. As plataformas de streaming também poderão trazer novos avanços em **personalização, interatividade e análise de dados em tempo real**.

Os canais de esportes enfrentam o desafio de atender à crescente demanda por **conteúdo acessível a qualquer hora e em qualquer lugar**. É nesse ponto que as plataformas oferecem uma solução revolucionária.

“

Ao aproveitar as plataformas de streaming, os canais esportivos podem estender seu alcance além da televisão tradicional para os espectadores em vários dispositivos o tempo todo, garantindo que os fãs nunca percam um momento da ação.”



— **Gonzalo Zarza,**  
Diretor de dados da Sportian.

Quer se trate de jogos ao vivo, destaques ou cobertura dos bastidores, os espectadores podem acessar seu conteúdo esportivo favorito sempre que lhes for conveniente. Essa disponibilidade constante aumenta o envolvimento e a fidelidade do espectador, pois os fãs não estão mais presos a programações fixas de transmissão. Com a evolução da tecnologia, aqueles que adotarem as plataformas de streaming estarão mais bem posicionados para se adaptarem às mudanças de comportamento dos espectadores.

# Como a *Kings League* cativa a Era Digital

A **Kings League** exemplifica uma tentativa clara de aproveitar as plataformas de streaming em uma abordagem de "entretenimento esportivo", cativando o público jovem com seu uso inovador da Twitch e de outras plataformas para transmitir partidas. A Kings League se destaca por sua natureza improvisada, grande espetáculo e imprevisibilidade. Em vez de figuras corporativas tradicionais, ela destaca streamers carismáticos e ex-jogadores, o que a diferencia. A personalização e o acesso instantâneo são vitais para atrair o público jovem, e a King's League aproveita essas tendências ao oferecer experiências mais personalizadas e acessíveis por meio de plataformas digitais. Os resultados bem-sucedidos nesse caso destacam a importância da inovação nos esportes além da mera tecnologia, destacando os formatos experimentais de gamificação como essenciais para manter a relevância cultural e o envolvimento do público jovem. O impacto da The Kings League já está sendo sentido nas transmissões convencionais.





Outro caso de uso valioso da IA em plataformas de streaming é a **marcação automatizada de conteúdo e a geração de metadados**. Os algoritmos de IA podem analisar vídeos esportivos e marcá-los automaticamente com informações relevantes, como nomes de jogadores, nomes de equipes, estatísticas de jogos e momentos importantes. Esse processo automatizado de marcação economiza tempo e esforço dos criadores de conteúdo e permite a organização e a busca eficientes do conteúdo esportivo.

Além disso, a IA pode gerar metadados para cada vídeo, fornecendo descrições detalhadas, registros de data e hora e palavras-chave relevantes. Esses metadados aumentam a capacidade de descoberta do conteúdo esportivo, facilitando aos usuários encontrar jogos, destaques ou momentos específicos de uma partida. Ao aproveitar a IA para a geração automatizada de tags e metadados, as plataformas de streaming podem melhorar a experiência geral do usuário e tornar o conteúdo esportivo mais acessível e envolvente para os espectadores.

Da mesma forma, a maioria das organizações esportivas possui arquivos vastos e inexplorados e precisa aprender a monetizá-los. A IA pode analisar esses arquivos, identificar ativos de vídeo valiosos e apresentá-los às plataformas de streaming. Essa tecnologia também ajuda editores e estúdios a criar conteúdo preciso sem revisar manualmente cada ativo.

# A pesquisa de vídeo com IA estabelece novos padrões de referência no setor

A Globant abalou o setor com o lançamento de sua inovadora ferramenta alimentada por IA para pesquisa avançada de vídeo (AVS).

Essa tecnologia revolucionária permite que as empresas pesquisem sem esforço em suas vastas bibliotecas de conteúdo usando consultas de texto e imagem. Alimentada por IA de ponta, nossa ferramenta AVS não apenas processa vídeos sob demanda, mas também extrai um contexto inestimável como nunca antes. Um recurso de destaque da nossa solução AVS é a capacidade de várias solicitações, proporcionando desempenho superior e precisão excepcional em comparação com outras ofertas do mercado.

A inovadora solução Gen-AI, resultante da colaboração entre a Globant e o [Google Cloud](#), busca transformar o setor de mídia, melhorando consideravelmente a eficiência operacional.

# 02.

## *Luzes, câmera, algoritmo:* **IA na transmissão de esportes**

**A IA revoluciona a narrativa esportiva com edição de vídeo automatizada e transmissões personalizadas**

Em apenas **5 segundos**, os usuários decidem se querem ficar ou sair de uma transmissão ao vivo.

A IA está pronta para revolucionar a narrativa esportiva como nunca antes. Com algoritmos de aprendizado de máquina e aprendizado profundo, as emissoras agora podem automatizar várias tarefas de edição de vídeo, desde a filmagem da câmera até o zoom em ações de campo essenciais. Mas isso não é tudo. Os avanços no processamento de linguagem natural (NLP) estão abalando o jornalismo esportivo, pois a IA generativa cria relatórios de notícias concisos para inúmeras partidas. Essa tecnologia permite que as organizações de mídia cubram muito mais eventos e, ao mesmo tempo, reduzam o uso de recursos.

Imagine ser proprietário de uma empresa de mídia e querer fornecer à sua rede de jornalistas acesso exclusivo a um ChatGPT privado conectado a qualquer LLM (Large Language Model) que contenha informações sobre jogos, atletas e campeonatos. Hoje, soluções de software robustas e confiáveis, como o **GeneXus Enterprise AI**, podem transformar essa visão em realidade, criando soluções privadas de Gen-AI para empresas que proporcionam a mesma experiência do ChatGPT com todas as camadas de segurança e privacidade para garantir que seus dados permaneçam na empresa.

Se você está surpreso com o quanto as empresas esportivas crescerão com a transmissão esportiva orientada por IA, aguarde o impacto sobre o torcedor, o verdadeiro vencedor da nova era.



Imagine assistir a um jogo em que a câmera pode saber exatamente para onde você quer olhar, os comentários falam a sua língua e os destaques podem ser personalizados para você. Não estamos mais na era da cobertura única para todos. A IA pode transformar cada torcedor em um diretor pessoal, orquestrando uma sinfonia de ângulos de câmera, estatísticas e histórias que se encaixam em seus gostos exclusivos. Chegou atrasado ao jogo? Não tem problema. Algoritmos de última geração o colocarão em dia em segundos com clipes personalizados que farão você se sentir como se estivesse assistindo desde o início. Agora imagine todos esses fantásticos profissionais, mas em tempo real.

As tecnologias de computação em nuvem e de borda garantem o fornecimento de conteúdo contínuo e a escalabilidade para as emissoras. Os ângulos de várias câmeras e as visualizações em 360 graus oferecem aos fãs perspectivas exclusivas e percepções mais profundas. A IA e o aprendizado de máquina podem permitir experiências de visualização altamente personalizadas, atendendo às preferências individuais.

A tecnologia alimentada por IA pode revolucionar a tradução e a geração de notícias esportivas em todo o mundo, melhorando significativamente a eficiência e a velocidade das equipes editoriais esportivas.

Os sistemas de IA podem traduzir rapidamente artigos de notícias esportivas, gerando manchetes e conteúdo esportivo em segundos, em vez de esperar por todo o processo de tradução.

Pablo Peranzola, vice-presidente de tecnologia do Media & Entertainment Studio da Globant, enfatizou o papel transformador da IA no jornalismo:

“

Esse avanço permite que as equipes editoriais esportivas acessem notícias de diferentes fontes e idiomas em tempo real, permitindo que elas cobrem uma gama mais ampla de eventos esportivos e alcancem um público global com mais eficiência”.



— **Pablo Peranzola,**  
Vice-presidente de tecnologia  
do Media & Entertainment  
Studio da Globant

*A principal liga de futebol da Espanha,*  
**a LALIGA,** envolve bilhões de fãs  
em todo o mundo.

Com o avanço da tecnologia e o aumento das expectativas dos torcedores, LALIGA precisava de uma estratégia para se manter à frente e cativar continuamente seu público global. Para elevar a experiência dos torcedores, a **Sportian**, uma joint venture entre a LaLiga Tech e a Globant, desenvolveu **um portal da Web voltado para os torcedores, alimentado por IA, que fornece:**

- Insights avançados em tempo real e mais de 50 métricas.
- Modelos avançados de probabilidade de gols que oferecem aos espectadores novas perspectivas de jogo a jogo.
- Legendas de jogos em tempo real que fornecem insights dinâmicos e comentários a cada momento, permitindo que todos os espectadores se envolvam com o jogo em um nível mais profundo.



# 03.

## *Transmita, compartilhe, comemore: Como a mídia social encanta os fãs*

Os fãs anseiam por um envolvimento constante e personalizado, tornando a IA e as mídias sociais cruciais para conexões mais profundas.

**56%** das pessoas usam as mídias sociais para obter conteúdo adicional sobre o jogo, 64% assistem a destaques em vídeo e 48% consomem recapitulações ou análises pós-jogo.

“

Os torcedores querem muito mais hoje em dia. Eles querem conhecer seus clubes e seus heróis por meio das redes sociais. Mas agora eles exigem informações sete dias por semana. Eles querem saber o que acontece entre os jogos.”



— **Javier Tebas,**  
Presidente da LALIGA.

Assim como a IA e os algoritmos de mídia social constroem uma experiência personalizada, o esporte é um fenômeno massivo e coletivo. Um dos seus segredos consiste em compartilhar e discutir vitórias, derrotas, jogadas, campeonatos e ídolos com outras pessoas. **Os fãs globais se conectam e se sentem parte da experiência por meio da mídia social.** Eles reagem ao vivo em salas de bate-papo em plataformas de streaming como YouTube ou Twitch, comentam em segundas telas no X ou encontram destaques no Instagram ou no TikTok.



“

**A mídia social é o canal preferido dos atletas para se conectar com a comunidade.** As contas oficiais estão repletas de mensagens de apoio e admiração, e as publicações colaborativas no Instagram se tornaram uma maneira natural de cruzar públicos, reunindo atletas com suas marcas ou equipes e aumentando seu alcance."



— **Matías Mosquera,**  
Gerente global de mídia social da Globant.

Os Jogos Olímpicos são um ótimo exemplo desse fenômeno, que inclui **conexão e personalização**. Cada pessoa assistiu a seus próprios jogos, com uma grande variedade de esportes, em que o usuário educou seu algoritmo para receber e acompanhar suas modalidades preferidas, ao vivo ou sob demanda por meio de rolos. Muitas modalidades novas, como breakdance ou skate, foram lançadas em Tóquio 2020. Além de um número recorde de interações (11 bilhões), Paris 2024 ganhou 27 milhões de novos seguidores nas contas olímpicas.

Por fim, os dados de mídia social permitem que as organizações esportivas obtenham insights mais profundos sobre sua base de fãs, complementando os dados primários com uma compreensão mais rica dos consumidores. Com o uso da IA, as empresas podem alcançar a hiperpersonalização, criando um relacionamento individual com cada cliente, oferecendo experiências personalizadas que atendam às preferências e necessidades individuais.

# *Além do jogo:* O poder das experiências esportivas híbridas

Por outro lado, a experiência híbrida faz parte da jornada do fã. **A conexão entre os mundos digital e físico é vivenciada por meio da mídia social.** Os presentes nos eventos se tornam jornalistas e contadores de histórias, aproximando a competição e os bastidores do show. Desde o "Get Ready With Me" para ir ao estádio até vlogs explorando a cidade no dia do jogo, esses tipos de conteúdo continuam populares no TikTok, Reels e, principalmente, no YouTube. Eles permitem que os torcedores locais ou aqueles que podem viajar se tornem protagonistas e possibilitam que aqueles que estão longe se aproximem da ação.

As organizações esportivas, os atletas e as celebridades devem estar cientes dessas tendências influentes para aumentar seu impacto nas mídias sociais. A chave está em aproveitar as **interações em tempo real, personalizar o conteúdo, integrar experiências digitais e físicas** e adaptar-se às tendências emergentes. Essa abordagem fortalece o envolvimento dos fãs, amplia o alcance e promove uma conexão mais profunda com o público.





A Globant e a 9z Globant - uma parceria entre a 9z Team, uma equipe profissional de esportes eletrônicos, e a Globant, organizaram o e-Grand Prix, onde centenas de participantes competiram usando o simulador rFactor 2 para correr ao vivo contra o piloto de F1 Franco Colapinto e o piloto profissional de simuladores Facu Dudulec. Após um rigoroso processo de qualificação, os 20 melhores pilotos se juntaram a Colapinto e Dudulec em uma grande final realizada nos escritórios da Globant Tower.

O evento atraiu milhares de espectadores e interações na mídia social, misturando os mundos físico e digital. Um piloto virtual e um analógico correram em uma pista digital diante de um público, enquanto outros competiram remotamente. Uma fan zone para 150 pessoas apresentou ativações de patrocinadores e o evento foi transmitido ao vivo pela Twitch e pela Fox Sports, com a presença de jornalistas automotivos de destaque. **Cada segmento de público desfrutou de uma experiência única**, desde vistas no palco até transmissões de TV tradicionais e comentários interativos na Twitch.



# 04. *Marketing invisível:* O jogo furtivo da IA no entretenimento esportivo

A IA está revolucionando o entretenimento esportivo com campanhas de marketing perfeitas e personalizadas.

Os prêmios personalizados podem gerar de 4 a 7 vezes mais receita do que as interações não personalizadas.

O entretenimento esportivo surgiu do marketing esportivo como uma evolução de meros eventos esportivos para grandes espetáculos de entretenimento, com o objetivo de aumentar a visibilidade e o posicionamento de marcas, esportes e atletas. No entanto, o excesso de comercialização levou a uma falha crítica: anúncios inundando as telas em momentos cruciais, voltando os torcedores contra os patrocinadores e roubando-lhes a alegria do jogo. Essa estratégia de marketing desatualizada já está no fim.

Entra em cena a IA, que muda o jogo. Estamos agora à beira de uma revolução, usando-a para redefinir a forma como os torcedores interagem com esportes e entretenimento.

Deixamos para trás a era dos anúncios intrusivos. Em vez disso, a IA está criando experiências perfeitas e personalizadas que mantêm os fãs envolvidos e os patrocinadores celebrados.

Com o poder da IA e da análise de dados, as marcas não estão mais apenas atendendo às necessidades dos clientes - elas estão se antecipando a elas, incorporando-se perfeitamente às rotinas e narrativas cotidianas. O uso onipresente de plataformas digitais oferece uma oportunidade inigualável para as marcas estabelecerem conexões profundas e significativas com seus públicos.

Imagine a seguinte situação: enviar uma notificação por push para um torcedor de estádio, no momento exato do intervalo, lembrando-o de comprar comida ou produtos - não durante a tensão de um gol. A IA torna essa precisão possível, garantindo que as interações sejam oportunas, relevantes e bem-vindas.



Esse novo paradigma transcende o marketing tradicional, mudando o foco para uma integração profunda e holística das marcas na vida dos clientes. Não se trata apenas de vender; trata-se de tornar-se indispensável para as histórias dos fãs.

“

Os fãs de esportes esperam que as marcas forneçam conteúdo autêntico e envolvente, acesso exclusivo a momentos dos bastidores, experiências interativas e ofertas personalizadas. A IA é um facilitador para essas experiências, permitindo que os profissionais de marketing forneça conteúdo e ofertas relevantes, que são fundamentais para aumentar a relevância e o ROI”.



— **Agostina Ardenghi,**  
Estrategista de Publicidade e  
Monetização da Globant

## Tecnologia, publicidade e paixão para *melhorar o jogo para os torcedores*

Atrasos na bola atrapalham o ritmo de uma partida de futebol e podem até mesmo afetar seu resultado. É por isso que o Mercado Livre, o gigante do comércio eletrônico conhecido pela entrega mais rápida do Brasil, introduziu os **Ballboards**. Esses painéis de anúncios ao lado do gramado são equipados com canhões de bola para devolver rapidamente as bolas ao jogo, transformando um antigo meio de publicidade na próxima revolução do futebol e, ao mesmo tempo, exibindo o recurso de destaque da marca.

# 05. *A Era dos estádios inteligentes* e das experiências conectadas

A IA está transformando o entretenimento esportivo, criando experiências imersivas e personalizadas nos estádios.

Na era do entretenimento esportivo, assistir a um jogo é mais do que apenas assistir - trata-se de viver e sentir cada momento. Trata-se de mergulhar em uma experiência conectada que aumenta a emoção desde o planejamento da viagem ao estádio até a comemoração da vitória do seu time.

A IA é a força motriz por trás dessa evolução, mesclando perfeitamente os domínios físico e digital para criar uma experiência conectada e personalizada para cada torcedor.

O mercado global de IA em estádios deve chegar a **US\$ 11.65 bilhões** até 2029, com um crescimento anual impressionante de 30,3%. O uso da IA para personalizar as experiências dos torcedores e os programas de fidelidade está se tornando essencial, embora haja necessidade de inovação para evitar a comoditização.

Os estádios digitais estão transformando a forma como vivenciamos esportes e eventos ao vivo (shows, artistas), integrando tecnologias de ponta em todos os aspectos da experiência. Esses locais inteligentes aproveitam a melhor captura de dados para oferecer interações personalizadas, desde programas de fidelidade e recompensas até sistemas de emissão de ingressos transparentes e seguros. Agora, os fãs podem desfrutar de hospitalidade inteligente com pagamentos sem contato, participar de experiências interativas e até mesmo guardar tokens de fãs. A segurança e o monitoramento aprimorados garantem um ambiente seguro, enquanto recursos como preços dinâmicos, espaços VIP e experiências de RA tornam cada visita única. Com a digitalização total dos estádios, estamos criando espaços que não estão apenas cheios, mas vivos com o envolvimento dos torcedores.

# *IA no Intuit Dome do LA Clippers:* Redefinindo a experiência do torcedor

Reconhecendo o poder disruptivo da IA em locais inteligentes, a Globant se uniu ao LA Clippers para criar uma experiência inigualável e perfeita para os fãs, que estabelece um novo padrão em entretenimento esportivo.

O trabalho que começou a partir de projetos e hoje é uma realidade, o **Intuit Dome** está equipado com uma pilha de tecnologias em que a IA aprimora toda a jornada do torcedor. Seja na seleção do assento perfeito, no upgrade de ingressos ou no fornecimento de informações personalizadas em tempo real durante o trânsito, a experiência foi projetada para ser sem atritos.

Um recurso de destaque do Intuit Dome é seu **avançado sistema de controle de acesso**. A Globant desenvolveu um hardware e software que usam reconhecimento facial para criar uma experiência de entrada sem dinheiro e sem cartão. Essa tecnologia sabe quem você é, confirma seu ingresso e lhe dá o sinal verde para entrar - tudo em segundos.

Esse recurso também é crucial para a **segurança**. A análise de vídeo com IA monitora as arenas em busca de possíveis ameaças à segurança, como superlotação ou objetos suspeitos, garantindo que os torcedores possam aproveitar o jogo com tranquilidade.

Os recursos de **reconhecimento facial** e verificação de idade garantem uma entrada rápida e segura, enquanto as plataformas de fidelidade orientadas por IA recompensam os fãs em tempo real com base em seu envolvimento. Seja reconhecendo a fidelidade de um torcedor ou ajustando a temperatura do ar do espaço, a IA garante que cada detalhe seja otimizado para o conforto e a diversão.

Mas a IA não se limita a aprimorar a experiência ao vivo. Ela continua após o evento, enviando aos fãs **conteúdo personalizado** que é importante para eles, mantendo a empolgação viva por muito tempo após o apito final.

# *Adote a IA* e prepare-se para o futuro do entretenimento esportivo

O relatório mostra as vastas e potentes aplicações da IA no entretenimento esportivo, revelando como ela revoluciona a experiência dos torcedores. A IA proporciona interações mais inteligentes, hiper personalizadas e em tempo real para os torcedores, aumentando a satisfação e promovendo uma inabalável fidelidade à marca. Enquanto isso, o impacto sobre a produtividade - da criação de conteúdo à curadoria e distribuição - é nada menos que transformador, e os recursos em evolução da IA prometem avanços ainda maiores.

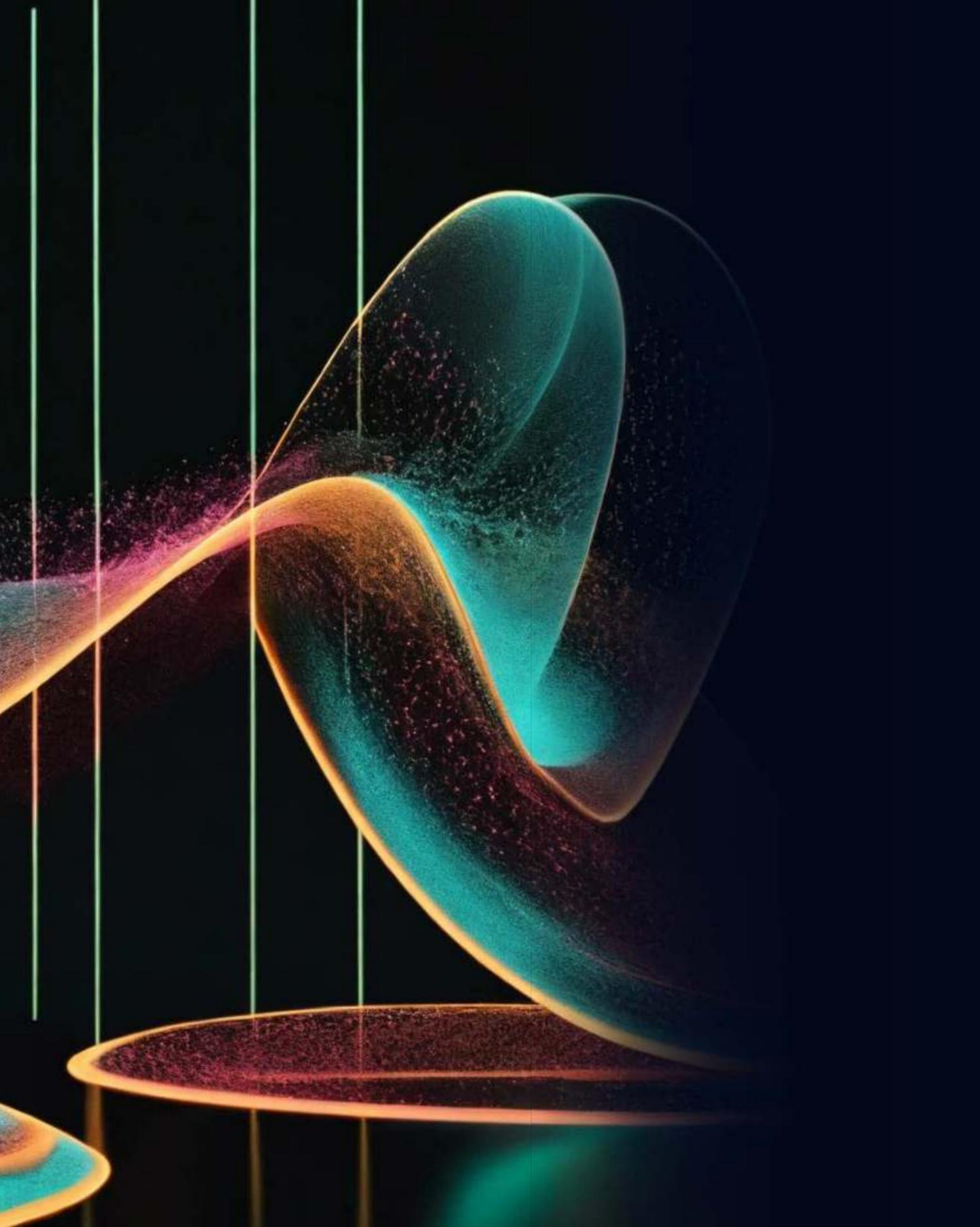
As empresas esportivas e de mídia devem aumentar sua pilha de tecnologia e sua experiência digital para ficar à frente da curva, aprimorando estratégias de dados robustas. Isso é crucial não apenas para atender às demandas em evolução dos fãs, mas também para acompanhar a mudança nos padrões de consumo de mídia e desbloquear novos caminhos de monetização.

**Agora é a hora de aproveitar o imenso poder da IA, cativar o público e moldar um futuro em que os esportes e a mídia convergem de maneiras sem precedentes. Sua vez de jogar!**

## Onde a Globant está

Para simplificar a adoção de soluções de IA adaptadas para mídia esportiva e entretenimento, considere aproveitar a orientação especializada da Globant. Um parceiro de tecnologia forte pode ajudá-lo a criar um modelo de entretenimento esportivo alimentado por IA.





# *Sobre a* **Globant**

Somos uma empresa nativa digital que ajuda organizações a se reinventarem e liberarem seu potencial. Somos o lugar onde inovação, design e engenharia se encontram em grande escala.

- Contamos com mais de 29.100 funcionários e estamos presentes em 33 países, abrangendo 5 continentes, trabalhando para empresas como Google, Electronic Arts e Santander, entre outras.
- Fomos reconhecidos como Líder Mundial em Serviços de IA (2023) e Líder Mundial em Serviços de Melhoria da Experiência do Cliente (2020) pelo relatório IDC MarketScape.
- Somos a marca de TI que mais cresce e a quinta marca de TI mais forte no mundo (2024), de acordo com a Brand Finance.
- Também fomos destaque em estudos de caso de negócios em Harvard, MIT e Stanford.
- Somos membros ativos da Green Software Foundation (GSF) e do Cybersecurity Tech Accord.

Contato: [pr@globant.com](mailto:pr@globant.com)

**Inscreeva-se** para receber primeiro as notícias e atualizações da imprensa.

Para obter mais informações, acesse  
[www.globant.com](http://www.globant.com)



**Globant** ▶