

COMPETICIONES

La MLB utilizará la nube de Amazon para impulsar la experiencia del fan

La Major League Baseball recurre a Amazon Webs Services para hacer uso de la inteligencia artificial y aprendizaje automático que ofrece la plataforma.

Ignacio Viruega
18 jul 2018 - 11:00

La Major League Baseball (MLB) perfecciona su registro de estadísticas y producción de gráficos en tiempo real. La competición ha anunciado la contratación de la plataforma de almacenamiento Amazon Webs Services (AWS), para ofrecer en sus partidos un servicio de datos que entregue a los fans una experiencia renovada mientras siguen los partidos online o en televisión. El acuerdo utilizará las capacidades de inteligencia artificial y aprendizaje automático de AWS, como ya lo hace la NFL (National Football League). No se han ofrecido los términos económicos del contrato.

Una de las novedades que la MLB espera ofrecer es un mapa de calor del lanzador, en tiempo real, para reflejar donde puede lanzar la siguiente bola y a quién se enfrenta, junto a datos del equipo. Se trata de un sistema de evaluación de la actuación del jugador en el presente partido. En el momento de su utilización, el espectador podrá observar en pantalla un logotipo que hará referencia al uso de esta tecnología.

El director de tecnología de la MLB, Jason Gaedtke, ha comentado que “todas estas variables que básicamente no podemos mantener en nuestras cabezas y que no son fácil de calcular de forma manual, ahora podemos incluirlas en estos grandes sistemas de aprendizaje automático en la nube y ver qué datos emergen”. Estas estadísticas generadas por la inteligencia artificial de AWS podrán ser vistas por los fans tanto en las transmisiones de los juegos, en la web oficial de la liga y en la aplicación de la MLB. Según Gaedtke, esperan poner en funcionamiento en este servicio para la postemporada que inicia en octubre.

Para Amazon no es la primera experiencia de este tipo ya que la Formula 1 ha contratado el servicio recientemente con el objetivo de mejorar la experiencia del espectador. La compañía gana terreno en el mercado global de la nube en el que compite con empresas como Microsoft y Alphabet.