

# Calendario “Dinámico”, big data y ..... análisis empíricos



Hace unas pocas semanas aparecía un artículo en *El País* con título “Cuando el fútbol cabe en el bolsillo” en el que se hacía una extensa glosa del papel jugado por el calendario “Dinámico” en el seguimiento del fútbol en España. Para muchos que ya peinamos canas y/o la ausencia de cabello es evidente y significativa, y además nos gustaba y nos gusta el fútbol, el calendario “Dinámico” o el marcador simultáneo “Dardo”, que informaba de los resultados de los partidos que se estaban jugando a través de marcas patrocinadoras para cada uno de ellos, eran referentes habituales a lo largo de la temporada futbolística y, en particular, los domingos. Visto desde la perspectiva actual en la que esa malentendida cultura y devoción por el *big data*, y sus efectos mágicos en la toma de decisiones, impregna cada vez más el día a día, tanto a nivel empresarial como a nivel académico, se hace necesaria una lectura del papel de iniciativas como el “Dinámico” o el “Dardo”, más allá del carácter anecdótico de las mismas: un librito de bolsillo con un calendario ligero y unas placas publicitarias en los estadios en la que los resultados se iban actualizando cambiando manualmente la tablilla con el número de goles. En cierta manera el “Dinámico” fue un adelantado a su época, viendo como la tecnología y, en cierta manera, el “efecto *Moneyball*” han hecho evolucionar las estrategias deportivas de los clubes profesionales, e incluso no profesionales. El “Dinámico” no entendía de formatos de acceso a la información, todo quedaba impreso en el papel, pero entendía de la recogida y sistematización de la información, y del cuidado por la calidad de la misma, que en cierta manera es lo mismo que decir que daba prioridad al “qué” se recoge. Como se indica en el artículo de *El País*, era más que un

calendario, era una base de datos que recopilaba información variada y, en su momento, exhaustiva, de distintos detalles de lo acontecido en cada partido, poniéndolo a disposición del público en el formato de la época, el formato impreso, pero no por ello la información era menos valiosa. Todo esto acerca del “Dinámico” me ha venido a la cabeza al recordar que, en la que fue mi primera publicación en economía del deporte, se hacía uso de la información del “Dinámico”. Se trata de un artículo escrito con Plácido Rodríguez, publicado en 2002 en el *Journal of Sports Economics*, sobre los determinantes de la asistencia a los estadios de fútbol de la liga española. Un artículo que ha recibido numerosas citas, seguramente por ser la primera referencia de este tipo de estudios al fútbol español y, quizá, por la singularidad de algunos de sus resultados. Y alguno de ellos, citado, junto a otros resultados, en la revisión más referenciada de esta literatura, un artículo de Jeff Borland y Robert Macdonald, es deudor de la información obtenida del “Dinámico”: la influencia de las condiciones meteorológicas en la asistencia. El “Dinámico” como fuente de la información utilizada aparece en la descripción de variables del anexo del artículo. En aquella época, inicios de este milenio, las palabras *big data* eran auténticas desconocidas y, todo y así, era posible realizar trabajo empírico de investigación que, quizá, pudiera contribuir a la toma de decisiones. Pero disponer de información es condición necesaria pero no suficiente para las buenas prácticas en el análisis empírico. Erróneamente, algunos supuestos gurús, pero en realidad vendedores de humo, “predican” que el *big data*, combinado con una mayor accesibilidad al uso de técnicas estadísticas y econométricas “sofisticadas”, ha llegado para resolver la toma de decisiones en las empresas sin más, de manera milagrosa. Nada más lejos de la realidad. Es cierto que más información y de mejor calidad contribuye a mejores análisis empíricos, pero siempre que lo condicionemos a saber trabajar con los datos, “saber ensuciarse las manos”. Esto último es tan o más importante (necesario) que lo primero. “Buenos” datos en “malas” manos generan “pésimos” resultados. Hay que conocer la información con la que uno trabaja, su calidad; hay que conocer las técnicas que uno utiliza, no sólo qué programa estadístico o econométrico utilizar; y hay que conocer la temática a la que se pretende aportar algún valor añadido, no todos sabemos de todo. En este sentido, el “Dinámico” aportaba su granito de arena, no sólo por la calidad y veracidad de la información ofrecida, sino porque obligaba al usuario de la misma a “conocerla”. De la misma manera, antes para utilizar determinadas herramientas cuantitativas había que diseñarlas en muchas ocasiones, lo que también obligaba a “conocerlas”. Y, por otra parte, el proceso de producción de resultados era tan artesanal que era inevitable por el tiempo empleado convertirse en un conocedor de la temática. No se entiendan las anteriores consideraciones como una defensa de que “cualquier tiempo pasado fue mejor” para el trabajo empírico. No es esa la intención. Al contrario, el progreso, que facilita el acceso a más información y a más y mejores técnicas de análisis, es bienvenido y necesario, pero todavía hay una parte del trabajo empírico cuya vigencia persiste, aunque se beneficia del progreso, y que es necesaria, pero no suficiente, para la calidad y la relevancia de los resultados: conocer tus datos, conocer las técnicas a utilizar y conocer aquello sobre lo que se trabaja, lo cual en ocasiones requiere tiempo y maduración. Todo ello me lleva a dos conclusiones. Por un lado, en el ámbito del deporte la decisión sobre qué aproximación seguir en la toma de decisiones estratégicas a cualquier nivel, no es una decisión discreta (blanco o negro), cuya ilustración en términos cinematográficos sería entre *Moneyball*, la película basada en la historia de los *Oakland Athletics* en *la Major League Baseball*, y *Golpe de efecto*, la película de Clint Eastwood sobre un ojeador de béisbol. Ambas aproximaciones son complementarias y requieren de analistas y/o equipos de analistas que combinen capacidad real, no aparente, de análisis de la información juntamente con conocimientos del sector. Por otro lado, a nivel

académico hemos de rehuir de análisis empíricos basados en esas malas prácticas que creen la cantidad de información (sin conocerla) o los avances tecnológicos (cuando se utilicen cual si fueran una caja negra) son suficientes para producir resultados de relevancia, aunque a veces sean “rentables” en forma de publicaciones. En este sentido, las reflexiones del artículo de James Heckman, premio Nobel de Economía en 2000, y Sidharth Moktan sobre la publicación en revistas “top-5” y los efectos negativos en la creatividad en economía serían de aplicación, y seguramente merecen una lectura tranquila y detallada por parte de quienes estamos en el mundo académico. Prestigiamos el trabajo empírico creativo, a través de las buenas prácticas acerca de cómo trabajar con la información - “Dinámico” ha sido un excelente ejemplo -; cómo utilizar las técnicas, y cómo conocer aquello que es objeto de nuestro estudio. Y lo dice alguien que, a pesar de su edad, cree que aún le queda mucho por aprender en estos temas. Jaume García Villar Universitat Pompeu Fabra. Miembro de UPF Sports\_Lab

**Link to Original article:** <https://www.seed-deporte.es/noticias/calendario-dinamico-big-data-y-analisis-empiricos?elem=295406>