

8. El tratamiento de datos en la información especializada de golf: El caso de la final del Circuito Europeo en los diarios digitales

Data processing in specialized information in golf: the case of the final European Tour in digital media

José Gabriel Fernández Fernández
josegabriel.fernandez@urjc.es
Universidad Rey Juan Carlos

Resumen. La información especializada tiene como fin, en mayor medida que el periodismo generalista, la divulgación del conocimiento. Las diferentes especialidades se acercan al público general gracias a los profesionales de la comunicación que informan, entretienen y sobre todo forman en las materias menos conocidas por una amplia audiencia. El buen uso de los datos y su interpretación son claves para esta misión del periodista. Dentro del Periodismo especializado en golf, que ha tenido un enorme desarrollo en los últimos años en España, existen numerosas estadísticas de las pruebas del Circuito Europeo, el segundo más importante del mundo. En este estudio se pretende observar cómo los cuatro diarios digitales de golf más seguidos en España informan de la prueba final del Tour, celebrada en Dubai del 19 al 22 de noviembre, con los 60 mejores jugadores del Ranking Europeo, y cómo se centran en informaciones más vinculadas a resultados y declaraciones que a estudiar las numerosas estadísticas que publica la organización en sus distintos perfiles en las redes sociales.

Palabras clave: Periodismo de datos, Periodismo especializado, información de golf.

Abstract. Specialized information is intended to a greater extent than the general media, the dissemination of knowledge. The different specialties are close to the general public through the media professionals that inform, entertain and above all in the areas are less

known to a wide audience. Good use of the data and their interpretation are key to this mission of the journalist. News about golf, which has had a huge development in recent years in Spain, there are numerous statistical tests on the European Tour, the second largest in the world. This study aims to observe how the four golf digital newspapers most followed in Spain report the final test of the Tour, held in Dubai from 19 to 22 November, with the 60 best players in the European Ranking, and how focus on more information related to results and statements to study the numerous statistics published by the organization in its various profiles on social networks.

Key Words: Data journalism, Specialized journalism, golf news.

1. Introducción.

El Tour Europeo, la competición de golf que engloba más de 45 pruebas repartidas por los cinco continentes a lo largo de todo el año, cerraba en noviembre de 2015 la Race to Dubai por séptimo año consecutivo, una serie de pruebas que culmina con la gran final en el campo de Jumeirah Golf Club de Dubai con los 60 mejores jugadores de un Ránking establecido a lo largo de la temporada.

El Circuito, que existe como tal desde 1971, creó esta nueva denominación de Race to Dubai en 2009 para fomentar sus pruebas hacia una final en este Emirato Árabe después de celebrar esa final en España, en el campo de Valderrama, en Sotogrande, Cádiz, durante 20 años con el Volvo Masters.

Esa relación del Circuito Europeo con España, y la vinculación del sector del golf español con la final, ayuda a que cada año la cita en Dubai se siga con atención e interés entre los aficionados de nuestro país, que esperan, además, triunfos españoles en esta cita, algo que ya se produjo en 2011 cuando Álvaro Quirós consiguió la victoria en un año en el que el inglés Luke Donald se proclamó campeón del Ránking Europeo.

El nuevo formato Race to Dubai amplía los premios económicos, con el reparto de 8 millones de euros en la final, de los que el ganador de la prueba se lleva más de uno. Este importante incentivo se acrecienta con las tres pruebas anteriores que engloban las Series

Finales. Entre las cuatro citas de final de temporada, se han repartido 30 millones de euros, dando al Circuito un valor añadido y un atractivo para los mejores jugadores del mundo, de manera que se fomenta el espectáculo, suben las audiencias y aumenta la repercusión de la competición.

En esta temporada 2015, el norirlandés Rory McIlroy ha conseguido ser el campeón del Ránking, venciendo además en la final. Es la tercera vez que consigue ser el mejor jugador del Tour Europeo, y la segunda vez que gana la última prueba de la temporada. Este año, en 12 torneos jugados del Circuito Europeo, ha logrado unas ganancias en premios de más de 4,5 millones de euros.

La amplia participación de jugadores y los numerosos torneos desarrollados por todo el mundo a los largo de más de 40 años, con el reparto de importantes premios económicos, obliga a una cuidada organización que incluye una productora de televisión y un fuerte servicio de comunicación, con una página web en varios idiomas y una cuenta de twitter que informa en directo de los acontecimientos.

Como todo deporte, las estadísticas y los numerosos datos que se producen en las competiciones se reflejan en la página web de manera exhaustiva. Número de golpes distancia conseguida en las salidas de cada hoyo, golpes certeros y número de putts son algunos de los datos que se registran cada semana a lo largo de los cuatro días de competición. Además, en el Ránking se van sumando los puntos conseguidos en cada prueba, y por supuesto el dinero que se reparte en cada una de ellas.

Junto a los datos en tiempo real y los números que se establecen cada semana, el Tour Europeo cuenta con un archivo histórico de todos esos datos registrados, de modo que se pueden conocer los diferentes récords establecidos en cada escenario, cada prueba, e incluso cada hoyo.

2. Metodología.

Las nuevas tecnologías y el nuevo periodismo nacido de la digitalización ha provocado el nacimiento de numerosos diarios especializados que han encontrado una puerta abierta a su divulgación. Es interesante apreciar que el golf, un deporte minoritario y que no suele tener una significativa repercusión en los medios generalistas, cuenta con un extenso abanico de ciberdiarios que muestran las actuaciones de jugadores, clubes y empresas, y se hacen eco de las iniciativas y los eventos, profesionales y amateurs, relacionados con este deporte muy vinculado también con el ocio y el turismo.

En España, la prensa especializada en golf ha apostado desde hace 10 años por el periodismo digital. Junto a la televisión, con *Canal Plus Golf* como el único canal audiovisual especializado en golf en España, la radio también informa sobre golf, con *Radio Marca*, que cuentan con un programa específico sobre este deporte denominado *Bajo Par*, o *La Radio del Golf*, emisora digital con una serie de programas dedicados a este sector deportivo, económico y social. Pero es la prensa digital la que cuenta con más ejemplos, con numerosos diarios y sitios web que siguen esta materia con un estilo periodístico.

Para este estudio nos fijaremos sólo en cuatro de ellos, que son los más seguidos en Twitter. Los cuatro cuentan con las principales características de la información periodística especializada, que determina que deben informar de una manera periódica de la actualidad, y que deben tener un público lo suficientemente amplio y una difusión representativa.

En este sentido, las cuentas de Twitter pueden servir de muestra a la hora de observar los seguidores de estos diarios, de manera que superar los 2.000 seguidores se puede considerar como un umbral relevante. Así, los diarios seleccionados para el tratamiento de los datos en la final de la Race to Dubai son *Tengolf*, con 6.265 seguidores a primeros de noviembre, *Cronicagolf*, con 5.384 seguidores, *Opengolf*, con 2.720 y *Elperiodigolf* con 2.399.

Estos cuatro ciberdiarios especializados en golf cuentan la actualidad de manera periódica con sus peculiaridades, y han atendido la final de la Race to Dubai de diferente manera, fijándose en ocasiones en los numerosos datos que se ofrecen y aportando un tratamiento de esa información.

Durante la semana del 16 al 22 de noviembre se han contabilizado las noticias publicadas por el Tour Europeo y sus tuits, de manera que se puede establecer el seguimiento de la final a través de la organización. Junto a este análisis cuantitativo se ha realizado un análisis cualitativo en el que se diferencian las noticias y los tuits específicos de datos, los vídeos y audios.

Por su parte, se han contabilizado las noticias sobre la final publicadas por los cuatro diarios digitales a lo largo de esa semana en un análisis cuantitativo. En otro análisis cualitativo se ha diferenciado la publicación de noticias específicamente de datos, de los vídeos, los audios, las galerías de fotos, las noticias sobre personajes, las previas de la prueba y las crónicas de cada una de las cuatro jornadas. De este modo se pretende comprobar la relación entre las informaciones y los datos de la fuente principal de la final del Circuito Europeo de golf, con el tratamiento de esos datos por parte de la prensa digital especializada en este deporte.

3.- Resultados.

3.1.- Europeantour.com

Desde la página oficial del Tour Europeo, la semana de la Race to Dubai fue seguida con todo detalle. Además de los apartados históricos y de las estadísticas de los jugadores, se generaban noticias cada día tanto de la competición como de los protagonistas, con datos de la final y de la trayectoria de los participantes.

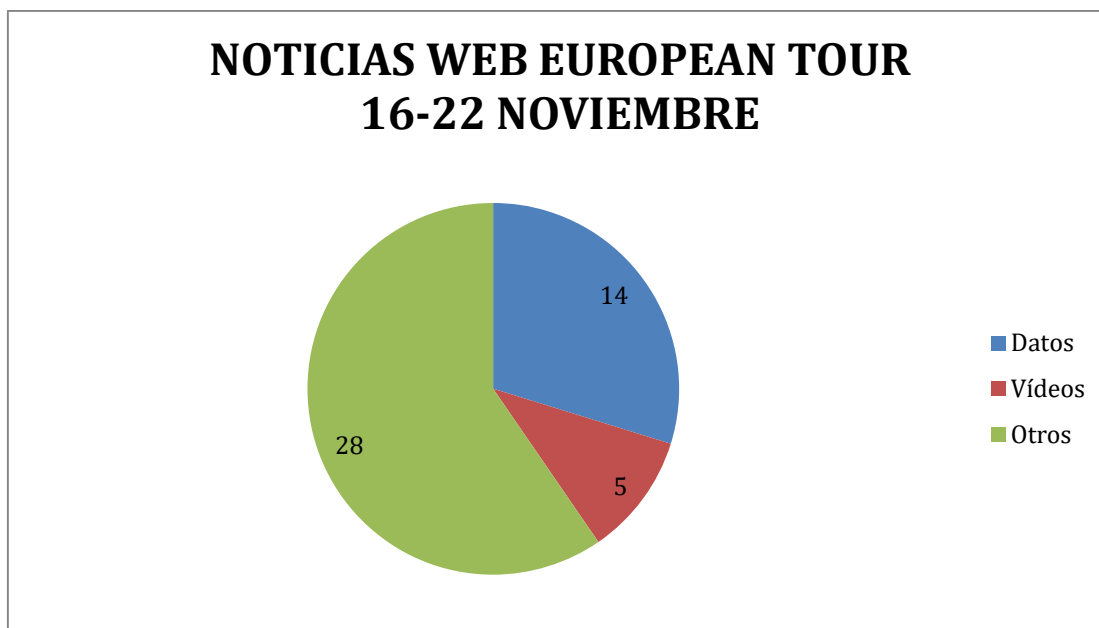
En concreto, del 16 de noviembre al 22 de noviembre, la semana de la final, la página web oficial del Tour Europeo publicó 47 noticias sobre el DP World Tour Championship Dubai. Siete días con varias notas de prensa, vídeos y también notas específicas de datos del torneo y de jugadores. En total 5 son vídeos, 14 se refieren específicamente a datos, y 28 son relatos y declaraciones.

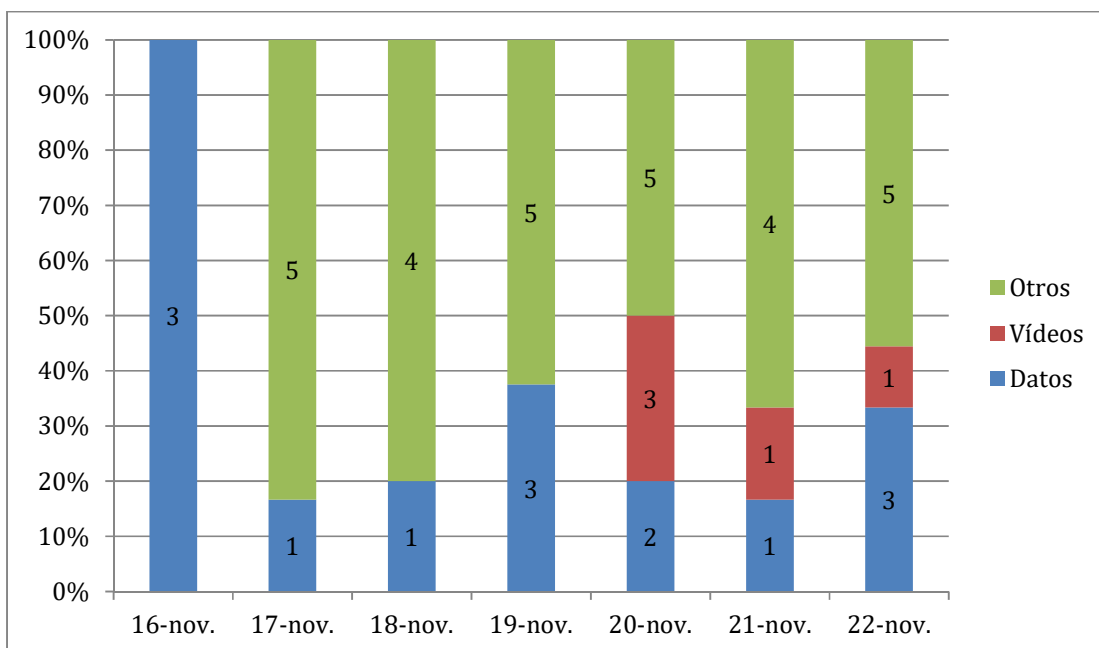
Es significativo que el lunes 16 de noviembre, las tres informaciones publicadas son precisamente con numerosos datos de la competición y las opciones de victoria de los diferentes candidatos al título.

Los demás días, la mayoría de noticias se refieren al desarrollo de la prueba, con declaraciones de los protagonistas y el relato de la jornada, con 4 ó 5 informaciones cada día, mientras que las notas puramente referidas a los datos oscilan entre 1 y 3 al día, destacando los días 19 y 22 de noviembre, la primera jornada y la última de la competición, donde se publican tres enlaces con estadísticas en cada una de ellas.

En cuanto a los vídeos, el Tour Europeo ha presentado en su página web 5 vídeos de esta edición, con un resumen de las imágenes del día y alguna entrevista a jugadores.

Gráfico n°1. Noticias European Tour global y por días

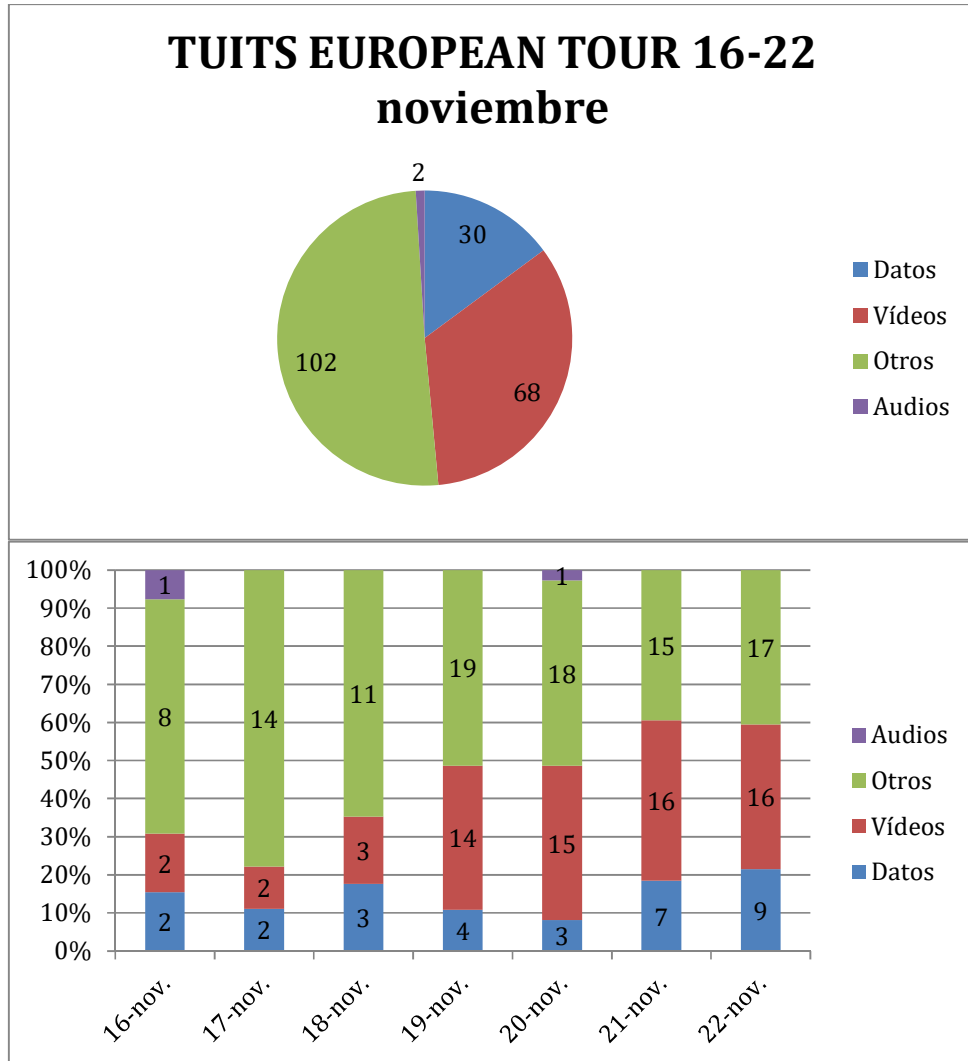




Twitter es muy utilizado también por el Tour Europeo. De hecho, en la semana de la final se han contabilizado 202 tuits sobre el DP World Tour Champonship, de los cuales destacan los 68 vídeos, los 2 audios y los 30 tuits específicos con datos. El resto, 102 tuits, son comentarios sobre el torneo.

Destacan los cuatro días de competición, en los que desde Twitter se siguen en directo los acontecimientos. Mientras que en los tres días previos al comienzo de la prueba no se llega a 20 tuits por día, en cada una de las cuatro jornadas de la final se rondan los 40 tuits. Esa diferencia se aprecia también en los vídeos y datos que se publican. Los tres primeros días de la semana se ofrecen 7 tuit con vídeos y otros 7 con datos de los 48 en total, mientras que de jueves a domingo se publican 154 tuits de los cuales 61 son vídeos y 23 son datos.

Gráfico nº2: Tuits totales y por días



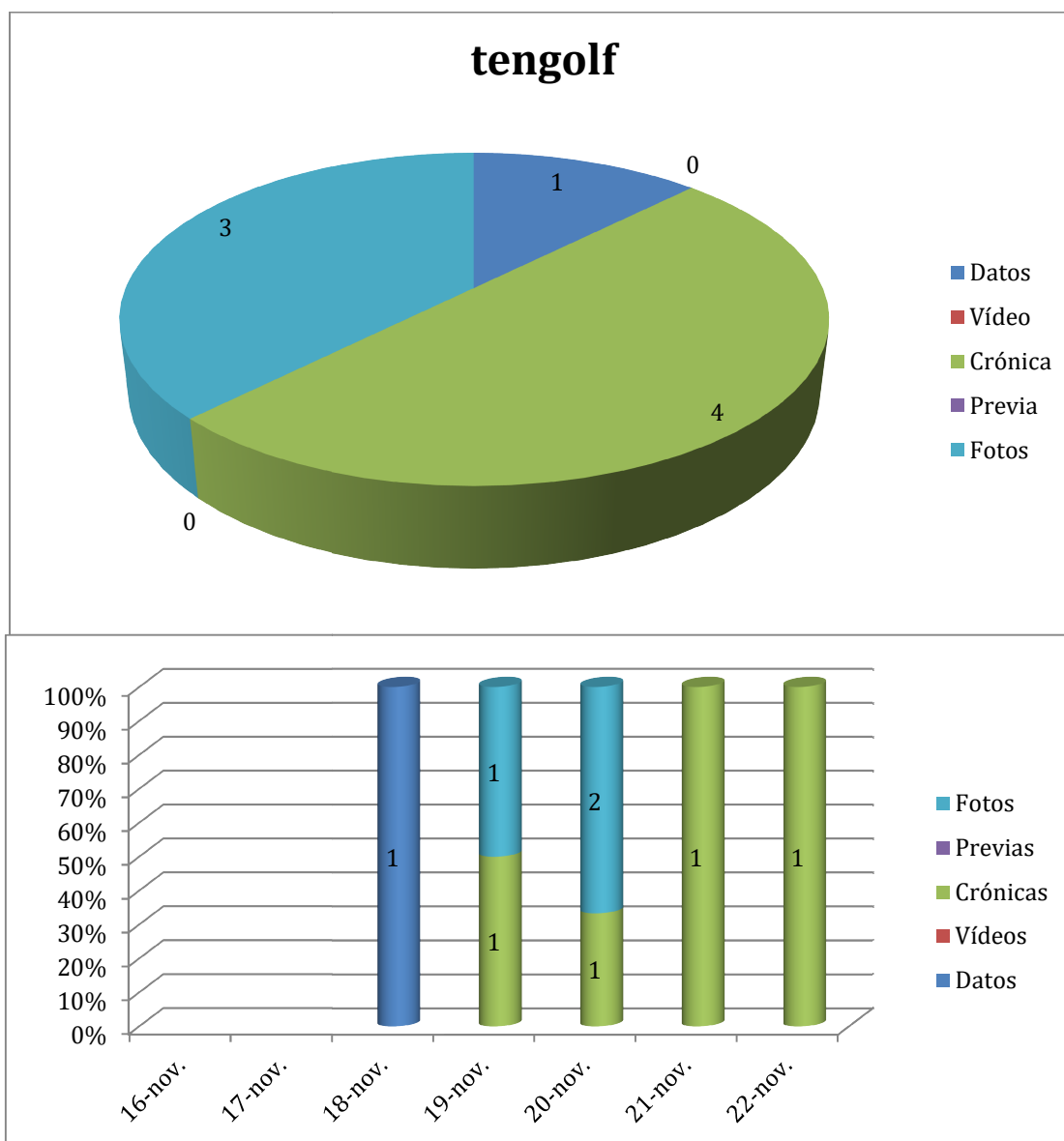
3.2. Tengolf.es

Tengolf.es apuesta por las galerías de imágenes y publica hasta tres informaciones con fotografías de las diferentes acciones de la final. Los días 19 y 20 de noviembre amplía la información de la jornada con esas instantáneas. El fin de semana, 21 y 22 de noviembre presenta la crónica de la jornada.

En cuanto a los datos, tan sólo el día 18 aporta la información con las opciones de los candidatos al título, ofreciendo las estadísticas de los jugadores que pueden ganar el título de mejor jugador europeo. Ni el 16 ni el 17 publica nada acerca de la final. En total

son ocho informaciones en cinco días, con tres galerías de fotos, cuatro crónicas de las cuatro jornadas, y una información previa con los datos de la competición.

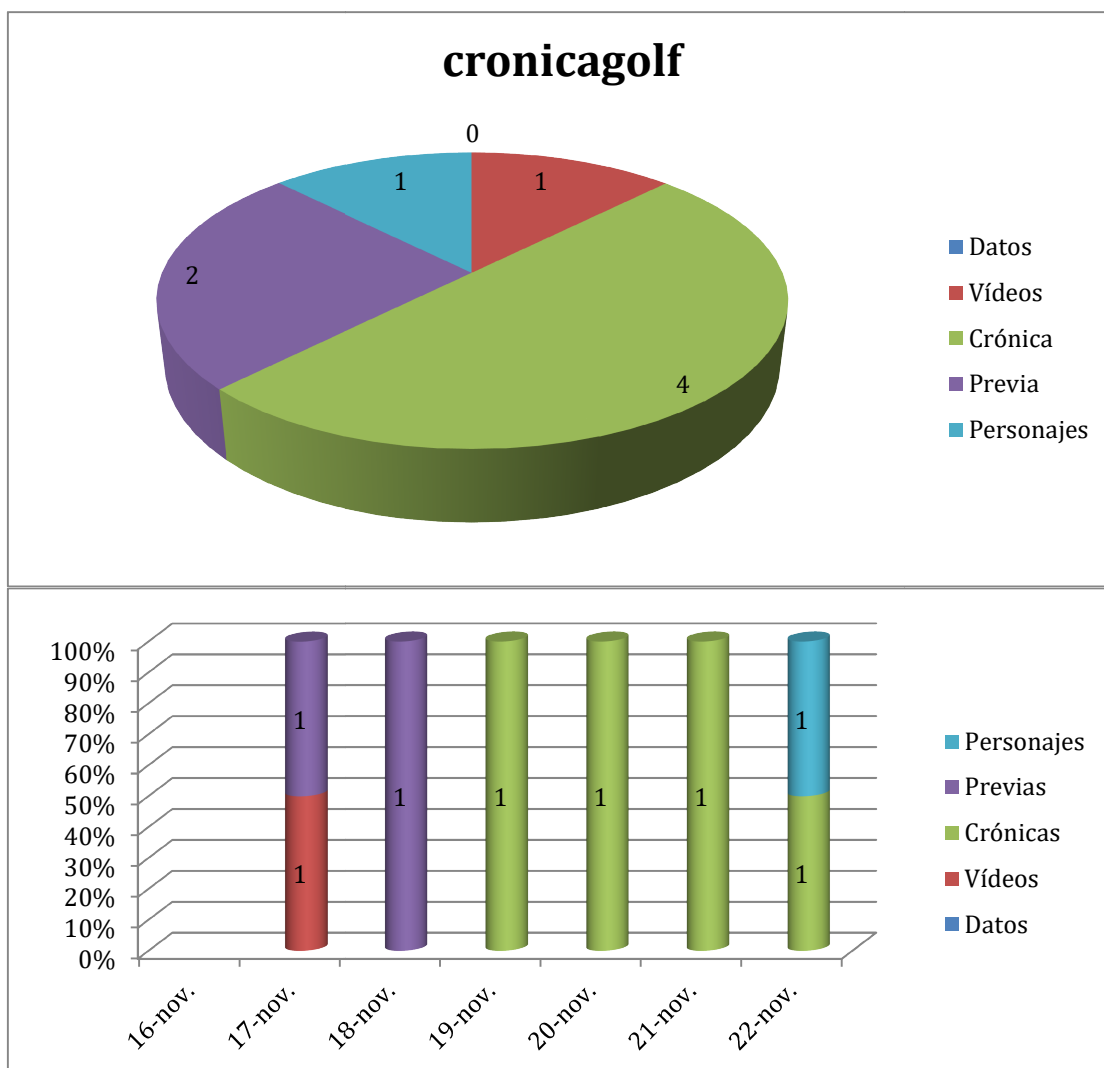
Gráfico nº3: Noticias de Tengolf



3.3. Cronicagolf.es

El portal *Cronicagolf.es* no ofrece ninguna información específica de datos y comienza sus noticias el día 17 de noviembre con una previa y un vídeo de los mejores golpes de la historia de la final, para añadir otra previa el día 18.

Después realiza la crónica de las cuatro jornadas los días 19, 20, 21 y 22, y el último día se hace eco de la jubilación de un protagonista del European Tour. En total son 8 informaciones en seis días, con un vídeo de los mejores golpes, las cuatro crónicas, la historia de un protagonista y dos previas.

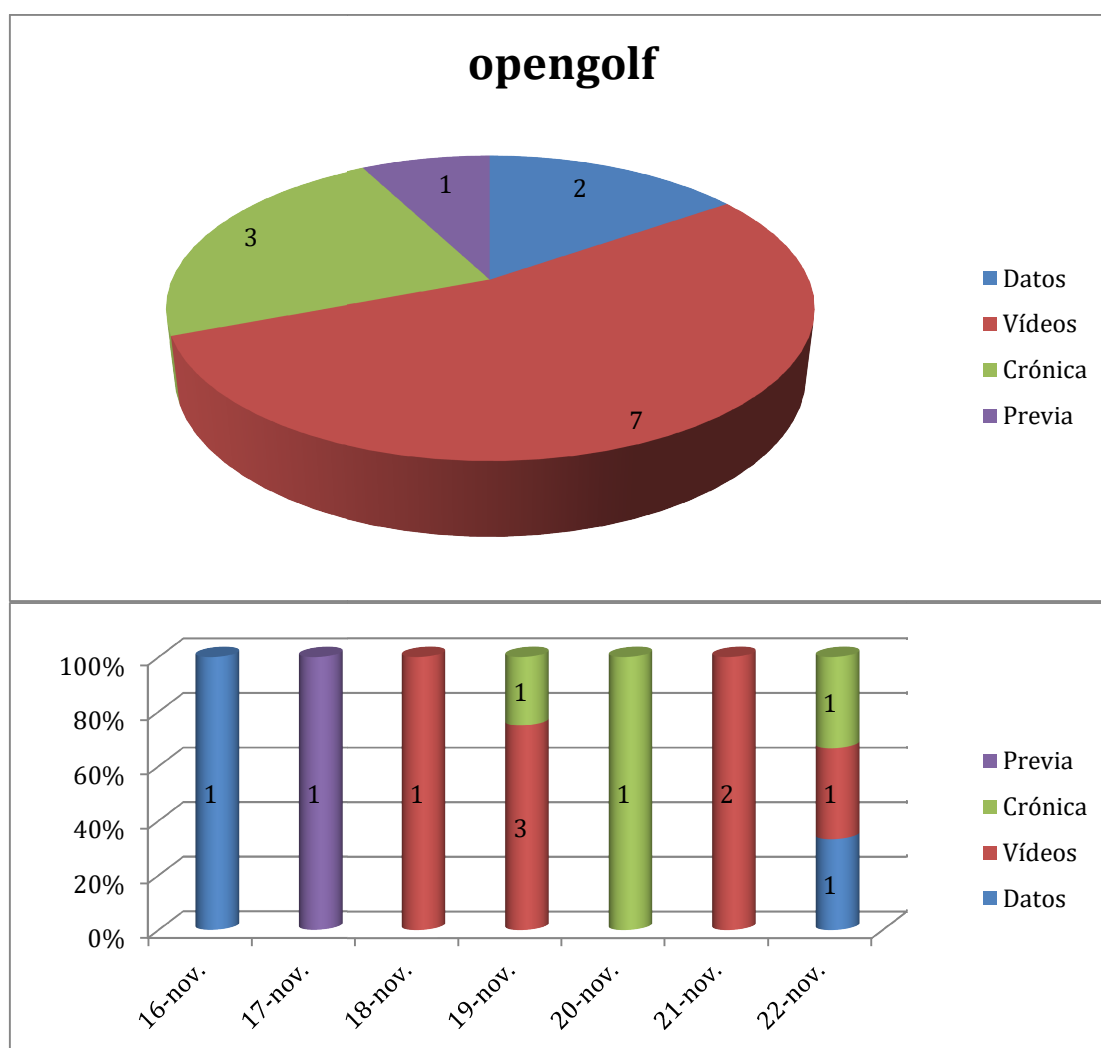


3.4.-Opengolf.es

La característica principal de *Opengolf.es* tiene que ver con los vídeos. En la semana de la final de la Race to Dubai publica 7 vídeos destacando golpes y lo mejor de cada jornada.

Este diario presenta informaciones cada día de la semana, y aporta una con los datos de la competición el día 16, y otra con los datos del ganador el día 22. Junto a la previa del día 17, presenta las crónicas de los días 19, 20 y 22. En total son 13 informaciones, con 7 vídeos, tres crónicas de la jornada, una previa y dos noticias relativas a los datos de la competición y del ganador.

Gráfico nº4: Noticias de Opengolf.es en total y por días



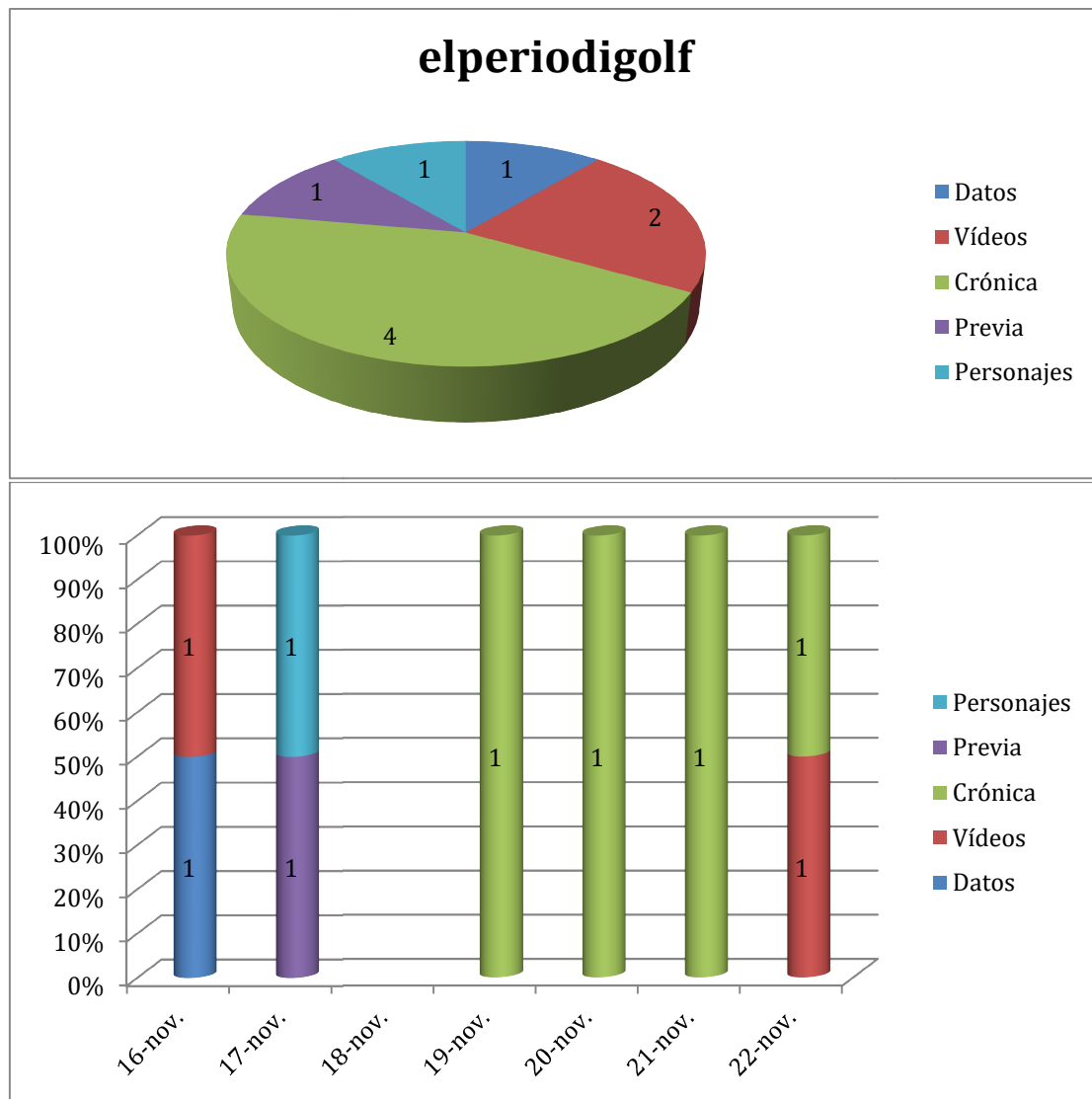
3.5.- Elperiodigolf.com

Además de las cuatro jornadas narradas por *Elperiodigolf.com* los días 19, 20, 21 y 22, este diario publica también informaciones los días 16 y 17. El día 16 se refiere a la

competición y las posibilidades de los favoritos, y el 17 presenta una previa sobre la participación española.

Además añade dos vídeos de opinión uno previo al torneo y otro sobre el ganador. También incluye una noticia con declaraciones del máximo favorito. En total son 9 informaciones con dos vídeos de opinión, una previa, cuatro crónicas de las jornadas, una información sobre el máximo favorito, y una noticia sobre los datos de la competición y las opciones de los candidatos.

Gráfico nº5: Noticias publicadas en Elperiodigolf.com global y por días



4. Discusión.

La información de golf trata sin duda numerosos datos lo suficientemente interesantes como para generar una información especializada periódica, de un amplio público, y que cuenta con informaciones de actualidad.

El panorama que plantea el golf, que reúne aspectos deportivos, sociales y económicos, crea un marco lo suficientemente amplio para que se genere una gran información ya sea dentro del mundo profesional como del mundo amateur.

Algunos datos que avalan esa afirmación son los aportados por la consultora Aguirre Newman, en un estudio de 2011 se afirma que a España acuden al año cerca de un millón de turistas de golf, siendo el segundo país en recibir turistas de golf por detrás de Estados Unidos. Cada uno de ellos se gasta una media de 170 euros al día aproximadamente, y visitan nuestro país una semana de media, lo que supone unos ingresos totales de 1.200 millones de euros al año.

No en vano, según datos de la Real Federación Española de Golf, en diciembre de 2010 se alcanzó un pico en el número de licencias, con 338.588 federados, un número sólo superado por deportes como la caza, el fútbol y el baloncesto, aunque esto supone el 0,7 por ciento de la población, un dato muy por debajo de la media europea que ronda el 5 por ciento, o el 10 por ciento de Estados Unidos.

En cuanto a campos de golf, a fecha de diciembre 2013, España contaba con 356 campos, ocupando el sexto lugar en Europa después de Reino Unido, Alemania, Francia, Irlanda y Suecia. Lo cierto es que desde el año 2000 hasta ese pico, los federados en España crecieron un 118 por ciento, y los campos se han incrementado en 145. En 2015, los datos siguen siendo significativos. Existen 285.483 licencias y 349 campos.

Esta evolución es paralela a los resultados deportivos de los españoles en el golf profesional. Además de los reconocidos por todo el mundo como Severiano Ballesteros y José María Olazábal, España cuenta actualmente con dos jugadores entre los 100 mejores

del mundo, Sergio García y Miguel Ángel Jiménez. Además hay una amplia representación española en el Tour Europeo, con jugadores como Rafa Cabrera-Bello, Pablo Larrazábal o Álvaro Quirós, con victorias en el Circuito.

Junto a la participación de jugadores españoles, el Tour ha contado también con numerosas pruebas en España. El Volvo Masters, que ha sido la final del Circuito durante 20 años, el Open de España, el Open de Andalucía, el Valderrama Masters, el Andalucía Masters, el Volvo World Match Play y el Madrid Masters, así como el Castellón Masters y el Open de Mallorca son pruebas que se han acogido en los últimos años. España ha llegado a albergar hasta siete pruebas en un año, siendo el país que más torneos ha recibido del Circuito en una temporada, si bien es cierto que actualmente sólo existe el Open de España.

La información es por tanto inmensa, y se pueden combinar los datos de muchas formas para poder elaborar diferentes historias acerca de jugadores, de la competición y del Circuito. Ahí entra la labor del periodista especializado, que debe saber relacionar esas tablas de datos para encontrar la mejor historia. Bucear en las estadísticas para encontrar otras noticias que amplíen los meros resultados.

Sandra Crucianelli (2013, 24), periodista de investigación y periodismo de precisión, asegura que “el Periodismo de datos requiere un trabajo duro (...) a veces la rutina es decepcionante porque no siempre encontrará lo que busca”. Para Crucianelli, “el periodista de datos siempre debe considerar la posibilidad de que, en ocasiones, no hay noticias detrás de los datos”, y añade que “en esta bendita profesión no brillan las personas con suerte, con buenas conexiones, ni siquiera con mentes brillantes: en esta tarea brillan los perseverantes”.

Es sin duda una declaración de intenciones y una descripción muy viva de lo que supone el Periodismo de datos, el análisis de la información en un momento de sobreabundancia de noticias. Cuando se habla de Periodismo de datos se puede apreciar cierta obviedad, ya que todo periodismo trata con datos y con información. Ocurre lo mismo con el periodismo de investigación o con el periodismo de precisión. Nadie

entendería que una información no hubiera sido contrastada, investigada, y que no fuera precisa.

En el caso de Periodismo de datos se da por hecho que este tipo de periodismo requiere de una base de datos trabajada, y que en la mayoría de las ocasiones requerirá de un conocimiento técnico de programación. En todo caso, Crucianelli se fija unos objetivos claros y aconseja “crónicas cortas, conclusiones contundentes y una gran visualización”.

Ahí está una de las claves para el tratamiento de datos en el ejercicio periodístico. Lo importante es contar las historias, y el apoyo de los datos es capital. Sin embargo, el periodista, como profesional capacitado para el desarrollo de la información, es el responsable de transmitir esos datos de la mejor manera posible.

Para Jesús Flores y Cecilia Salinas (214, 251), “lo más importante es que el periodista debe ser capaz de encontrar información, entenderla y hacerla inteligible para el público.” Por ello, estos autores hablan de un ejercicio periodístico fundamental también en el Periodismo de datos. Citando a Ignacio Ramonet, Flores y Salinas recuerdan que este tipo de periodismo se basa en la idea central de que “los hechos son sagrados”.

En este sentido, Javier Fernández del Moral (2004, 26) pone el acento en la especialización periodística para, precisamente, poder interpretar la información, los hechos sagrados, los datos. De esta forma, un periodista especializado “debe opinar, se le pide que opine”, y de ahí que asegure que “los hechos son sagrados, las opiniones responsables”, una característica capital para el ejercicio periodístico libre y profesional.

Flores y Salinas (2014, 245) se refieren también al periodismo deportivo como uno de los ejemplos de un Periodismo de datos que tiene que ver con la especialización y la investigación. “En el periodismo deportivo se aplican estas técnicas y se logran muchas innovaciones, dada la gran cantidad de datos involucrados y muchas personas con conocimiento profundo e interés en esta área”, aseguran. Los autores citan a Paul Bradshaw y su particular pirámide invertida en la que se incluyen varias actividades a la hora de

realizar un Periodismo de datos. Compilar, filtrar, contextualizar y combinar, para finalmente comunicar. Bradshaw, citado por Flores y Salinas, asegura que “muchas publicaciones ya no cuentan con una unidad investigativa, pero podemos decir que las unidades de Periodismo de datos deberían adoptar objetivos similares para hacer que la información pública tenga significado y sea más fácil de digerir”.

En la final del Circuito Europeo de golf, la Race to Dubai, los datos han sido abundantes, y la organización ha facilitado mucha información del acontecimiento. Lo cierto es que los resultados que ofrecen los análisis cuantitativo y cualitativo del European Tour arrojan una confirmación de la numerosa información de la fuente principal.

El interés de la final de la Race to Dubai por parte de la prensa especializada debería ser amplio debido, como hemos dicho, a la histórica vinculación española en el Circuito. Sin embargo, tras el análisis cuantitativo y cualitativo de los cuatro diarios digitales estudiados, se puede observar un seguimiento menos intenso por parte de estos ciberdiarios, que no desarrollan plenamente las características de un Periodismo de datos que podría dar mayor riqueza a sus contenidos.

5.- Conclusiones

Tras los análisis de las diferentes informaciones de la final de la Race to Dubai tanto en la página web del European Tour como de la cuenta oficial de Twitter del Circuito Europeo, y su comparación con el tratamiento informativo de los cuatro diarios digitales especializados en golf más seguidos en la red social Twitter, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

5.1. La final de la Race to Dubai del Circuito Europeo de Golf celebrada del 16 al 22 de noviembre ha contado con numerosa información a lo largo de toda la semana, con 47 noticias y 202 tuits en total.

5.2. El Tour Europeo ofrece en sus informaciones una exhaustiva aportación de datos con los que poder realizar amplias noticias sobre el acontecimiento, con 14 noticias específicas de datos, un 30 por ciento, y 30 tuits sobre datos concretos, un 14 por ciento.

5.3. Las informaciones publicadas por los cuatro diarios digitales especializados en golf estudiados son, en todo caso, muy inferiores a las que aporta la fuente principal. En esa semana *Opengolf* es el que más informaciones publica, con 13, mientras que *Elperiodigolf* publica 9 y *Tengolf* y *Cronicagolf* 8.

5.4. El Periodismo de datos, además, es minoritario en los cuatro diarios digitales especializados en golf, y aunque tres de los cuatro aportan alguna información específica de datos, lo hacen en un porcentaje muy pobre, y predominan las crónicas de las cuatro jornadas y los vídeos de los golpes más destacados.

5.5.- Las pocas noticias relativas a datos se centran en asuntos globales y que resumen el evento, y no se aprecia el análisis esperado de un Periodismo especializado que cuenta con abundantes datos para desarrollar.

6. Bibliografía y fuentes

S Cruccianelli (2013). *¿Qué es el periodismo de datos?* Cuadernos de Periodistas. Numero 26. APM.

J Flores et C Salinas (2014). *El periodismo de datos como especialización en los medios generalistas con presencia en internet*. Nuevos retos del Periodismo Especializado. Madrid. Schedas.

J Fernández del Moral (2004). *Periodismo especializado*. Madrid. Ariel Comunicación.
La industria del golf. Madrid 2011. Aguire Newman.

Rfgolf.es

Europeantour.com

José Gabriel Fernández Fernández es profesor de Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y periodista especializado en Golf. Ha sido redactor en Diario 16 y Canal 24 Horas de TVE, así como colaborador habitual en Madridiario.es y Radio Marca, entre otros.