

Francesc Pujol  
ESI-rg  
Universidad de Navarra

con la colaboración de

Rafa García Falaguera  
ESI-rg  
Universidad de Navarra

### ***Pau Gasol, gigante mediático***

6 de junio de 2009

El grupo de investigación en Economía, Deporte e Intangibles (ESI-rg), liderado por Francesc Pujol analiza el valor mediático de las principales competiciones deportivas de impacto internacional. ESI-rg calcula el valor mediático de los deportistas a partir de su popularidad y notoriedad. La notoriedad se mide por el número de noticias que recibe cada jugador a lo largo de la temporada. La popularidad se calcula a través de las páginas web asociadas a cada jugador.

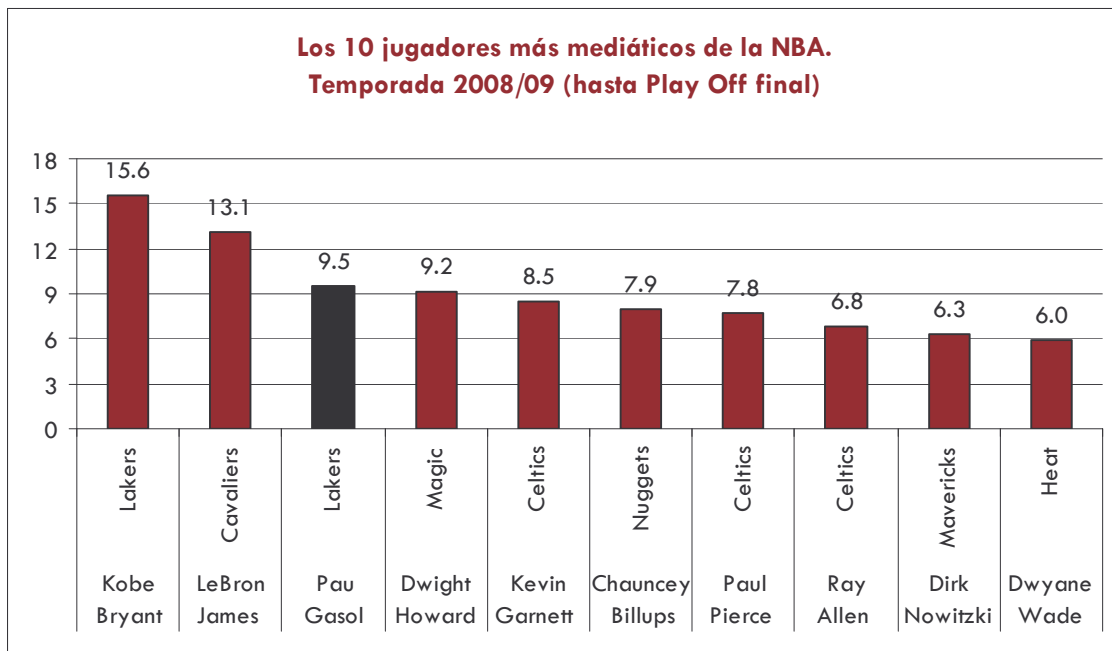
Este estudio sobre el valor mediático en la NBA durante la temporada 2008/09 (a falta de la estimación del impacto de los partidos del Play Off final entre Los Angeles Lakers y Orlando Magic) ha sido realizado por Francesc Pujol, director de ESI-rg y profesor de Economía de la Universidad de Navarra, con la colaboración de Rafa García Falaguera, colaborador científico de ESI-rg.

#### **1. Pau Gasol, en la élite mediática de la NBA**

Pau Gasol es el tercer jugador más mediático de la NBA en estos momentos, antes de la disputa de la gran final entre Los Angeles Lakers y Orlando Magic. Cuenta con 9,5 puntos de valor mediático. Sólo dos jugadores reciben una cobertura mediática mundial superior. Se trata de su compañero de equipo Kobe Bryant, con 15,6 puntos, y Lebron James, de los Cavaliers de Cleveland, con 13,1 puntos.

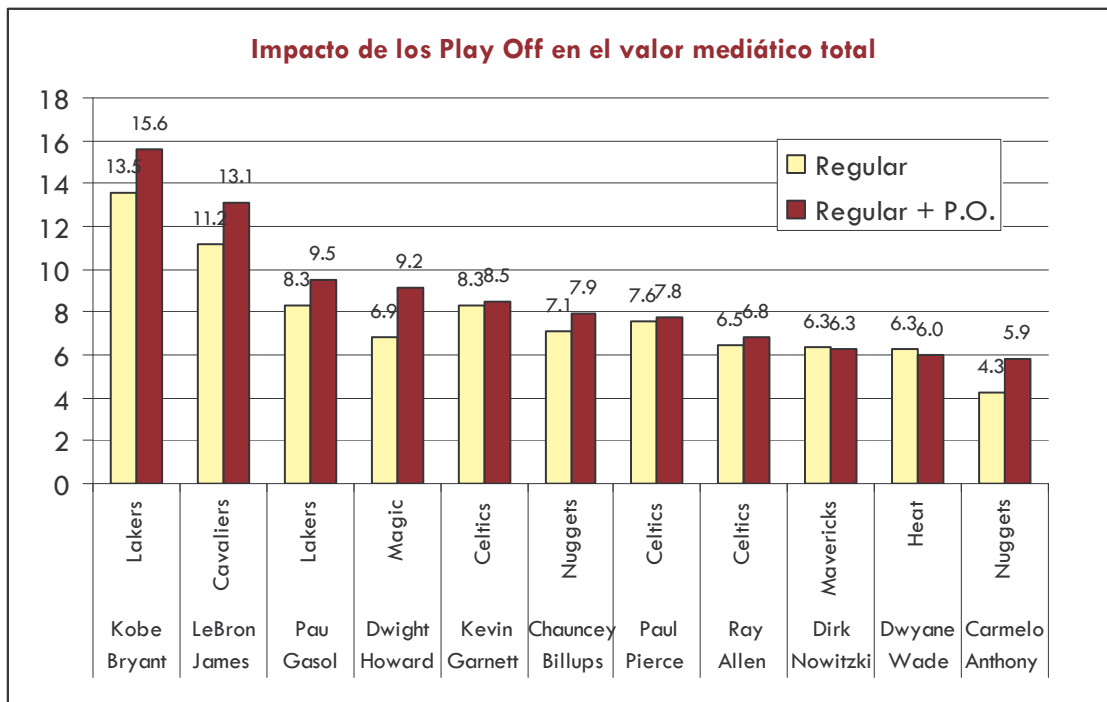
Para evaluar el impacto de este éxito y reconocimiento mundial del jugador de Sant Boi, baste decir que sólo hay otro jugador extranjero entre los 10 más mediáticos de la NBA. Se trata del alemán Dirk Nowitzki, que ocupa la novena posición, con 6,3 puntos de valor mediático.

Nunca antes Pau Gasol había alcanzado una posición mediática tan preponderante en la NBA, tal como mostraremos en apartados posteriores.



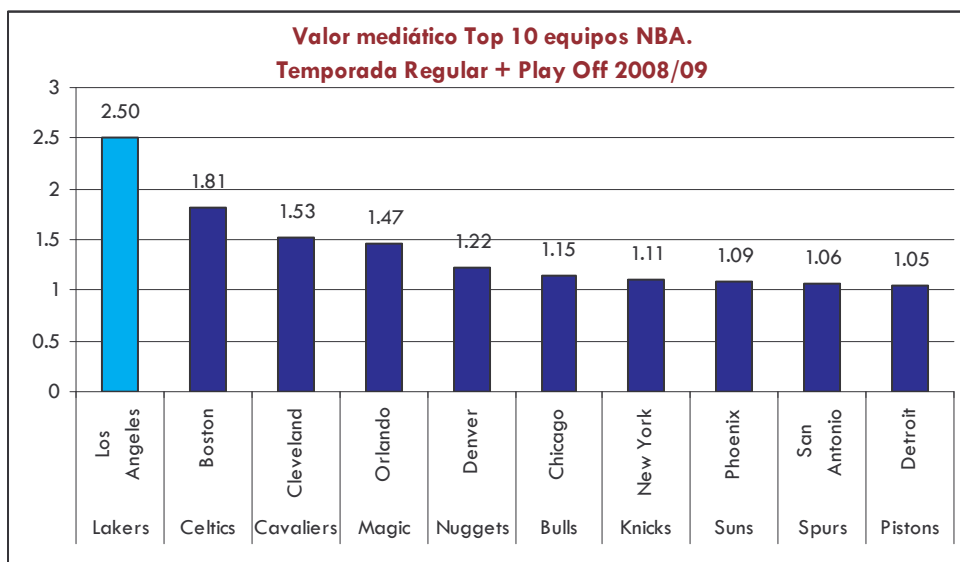
La cuarta posición del ranking pertenece en estos momentos a Dwight Howard, su oponente en Orlando Magic. Como se puede observar en el gráfico siguiente, Howard es el jugador que más se ha beneficiado mediáticamente gracias a la participación en las distintas fases de Play Offs de esta temporada. Su valor mediático se ha incrementado en más de dos puntos, gracias a su excelente prestación y al ser el líder indiscutible de su equipo.

Sin duda Pau Gasol va a recortar notablemente diferencias con respecto a LeBron James, que ocupa actualmente la segunda posición, debido a que su equipo ya ha sido eliminado. Por otro lado, es probable que Dwight Howard reduzca diferencias o incluso supere a Pau Gasol, debido a que Pau Gasol comparte protagonismo con Kobe Bryant, mientras que Howard es el líder indiscutible de su equipo.

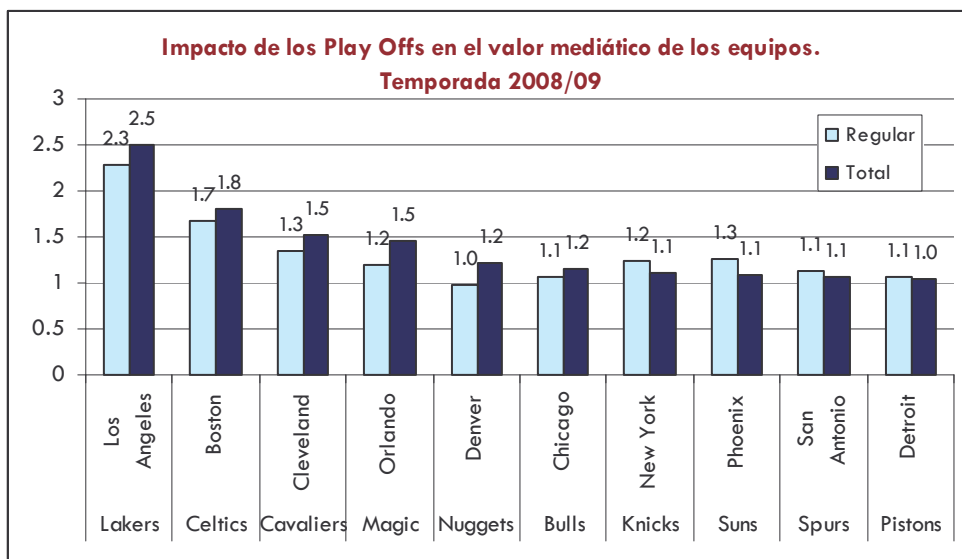


## 2. Los Angeles Lakers, grandes dominadores mediáticos en el apartado de equipos.

El equipo angelino es el claro dominador mediático en la clasificación por equipos, puesto que cuenta con 2,5 puntos, por 1,8 de su inmediato seguidor, los Celtics de Boston. en estos momentos Orlando Magic ocupa únicamente la cuarta posición. El equipo de Florida no era uno de los grandes favoritos durante la temporada regular.



Se comprueba en el gráfico siguiente que también en el apartado de equipos es Orlando Magic el gran beneficiado en su recorrido por las eliminatorias de los Play Offs de esta temporada. Sin duda alcanzará como mínimo la tercera posición final.



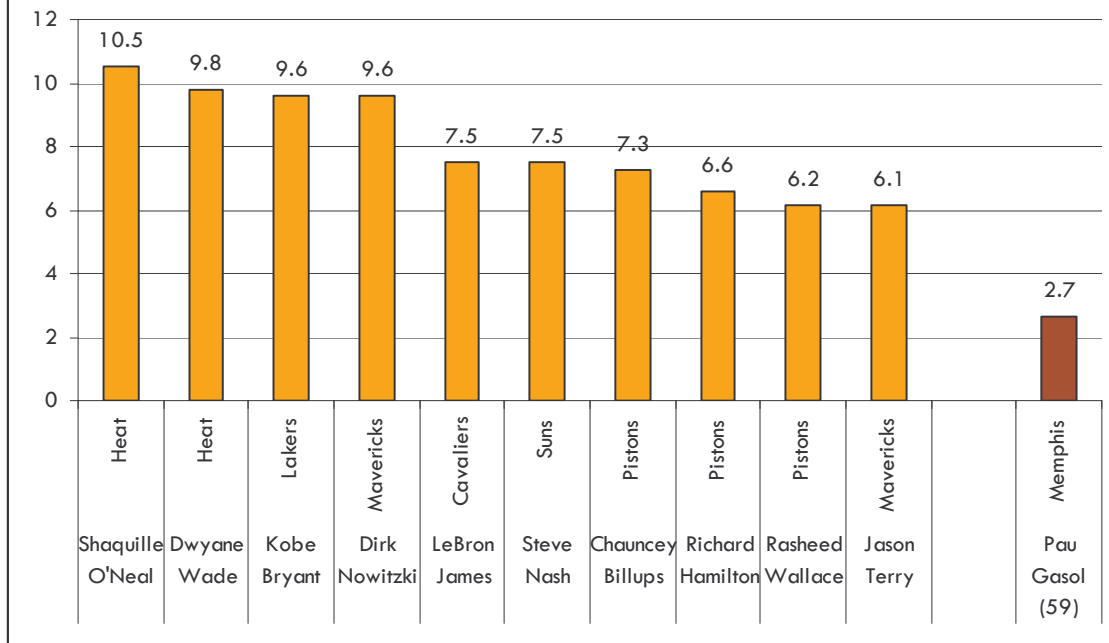
### 3. La progresión mediática de Pau Gasol desde 2005/06

Pau Gasol ha alcanzado la cumbre mediática de su carrera. Difícilmente alcanzará cotas de valor mediático superiores a las que está recibiendo actualmente. Aunque, tal como mostraremos más adelante, su rendimiento deportivo ha sido elevado y regular desde su incorporación a la NBA en 2001, su explosión mediática es fruto directo del cambio de equipo, con el traspaso realizado entre su equipo de siempre, el Memphis Grizzlies y Los Angeles Lakers, a mediados de la temporada 2007/08. Ese traspaso ha sido declarado por algunos como el más sorprendente de los últimos años, al conseguir los Lakers con esta operación una posición de fuerza deportiva envidiable.

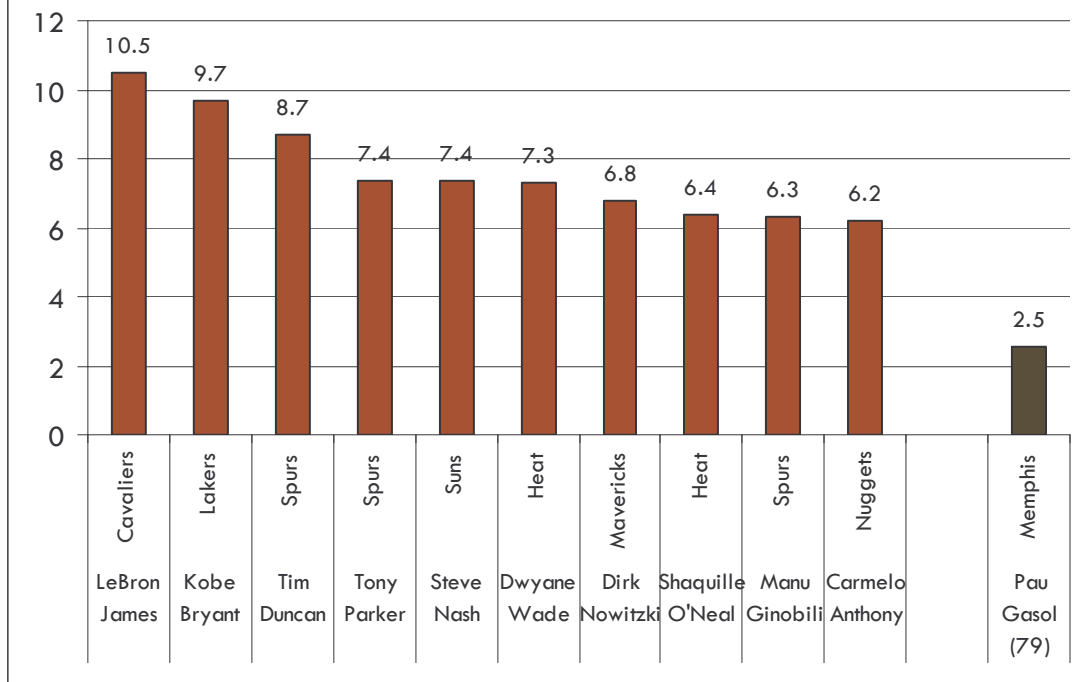
En las temporadas 2005/06 y 2006/07, las últimas completas como jugador de los Grizzlies, alcanzó un valor mediático de 2,5 a 2,7 puntos, lo que le colocaba en las posiciones 50 a 100 por valor mediático en la NBA.

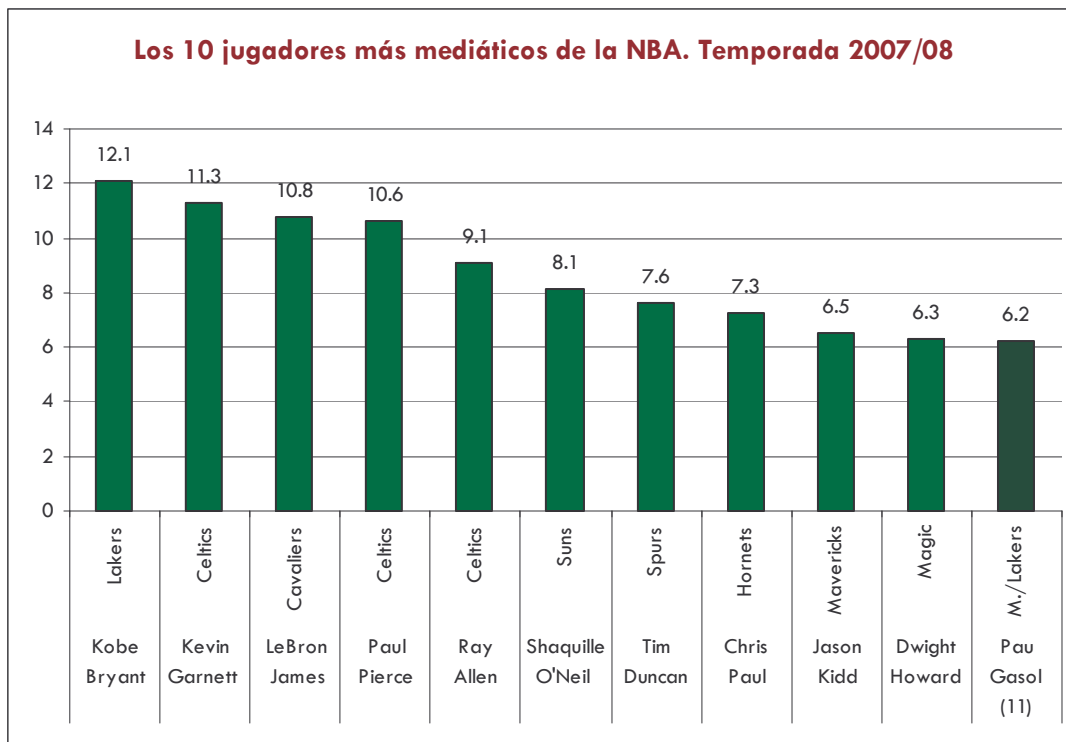
El en la temporada pasada Pau Gasol ya alcanzó la posición mediática número 11 de la NBA, con 6,2 puntos. Ese despegue es exclusivamente debido al impacto generado en la segunda mitad de temporada, puesto que en su etapa en Memphis, hasta enero de 2009, su valor mediático seguía siendo inferior a 3 puntos.

**Los 10 jugadores más mediáticos de la NBA. Temporada 2005/06**

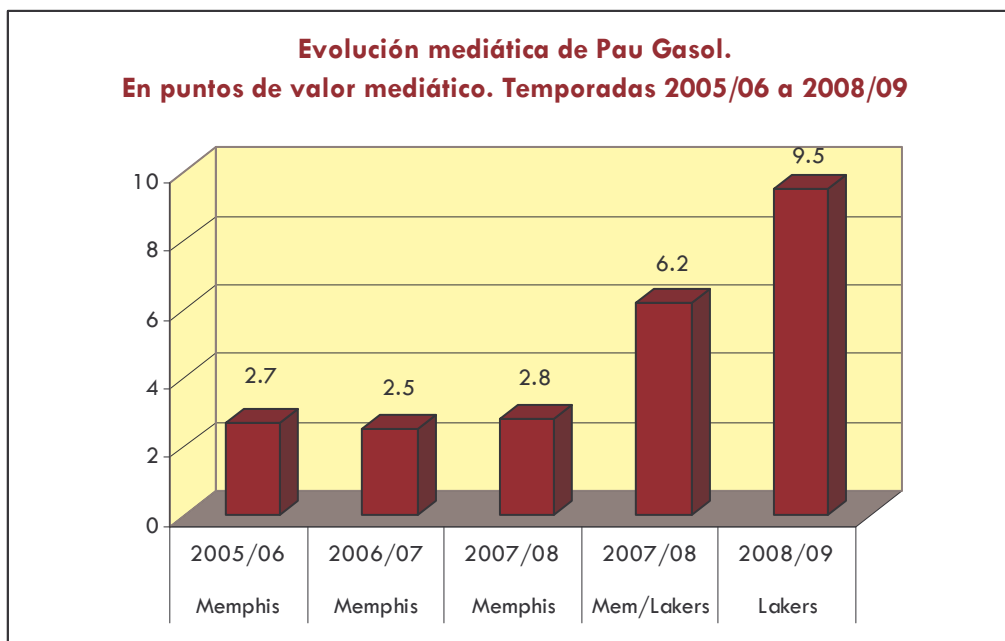


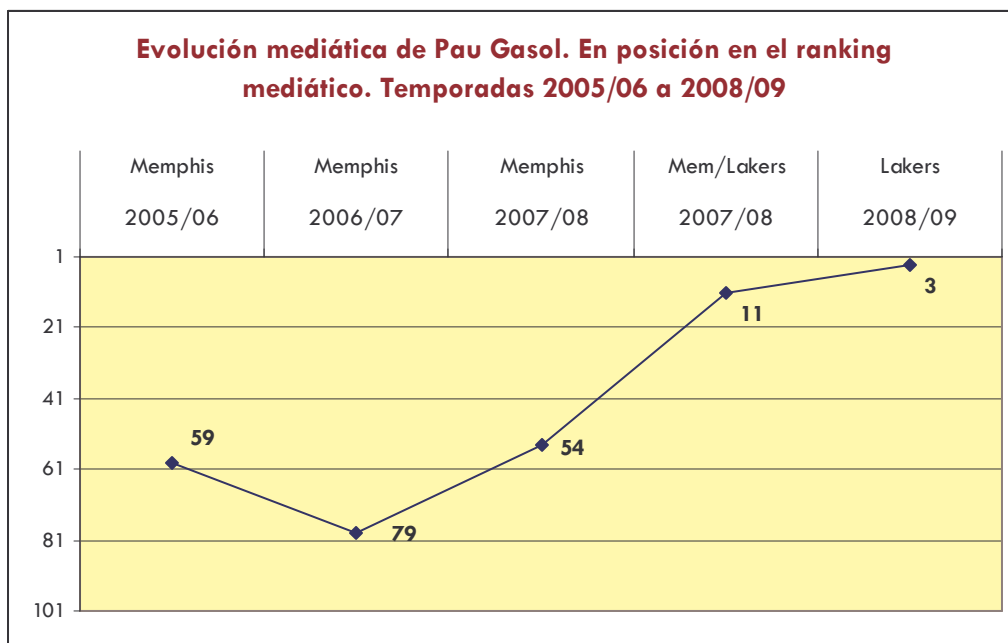
**Los 10 jugadores más mediáticos de la NBA. Temporada 2006/07**





En los dos gráficos siguientes queda claramente plasmado el impacto mediático que ha supuesto para Pau Gasol su traspaso de los Grizzlies a los Lakers, tanto en términos de puntos de valor mediático, como en posiciones alcanzadas en cada temporada en el ranking de los jugadores de la NBA.



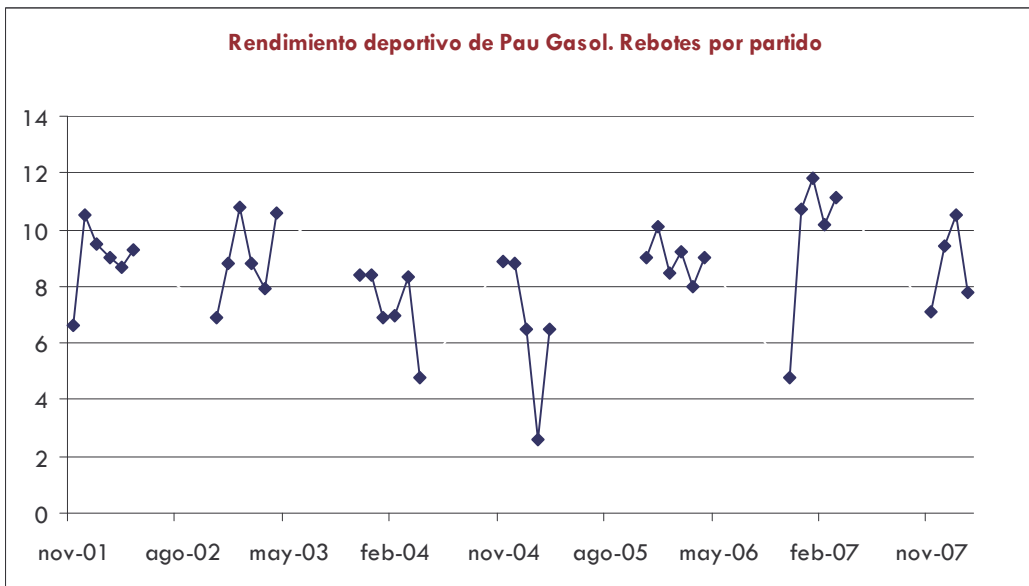
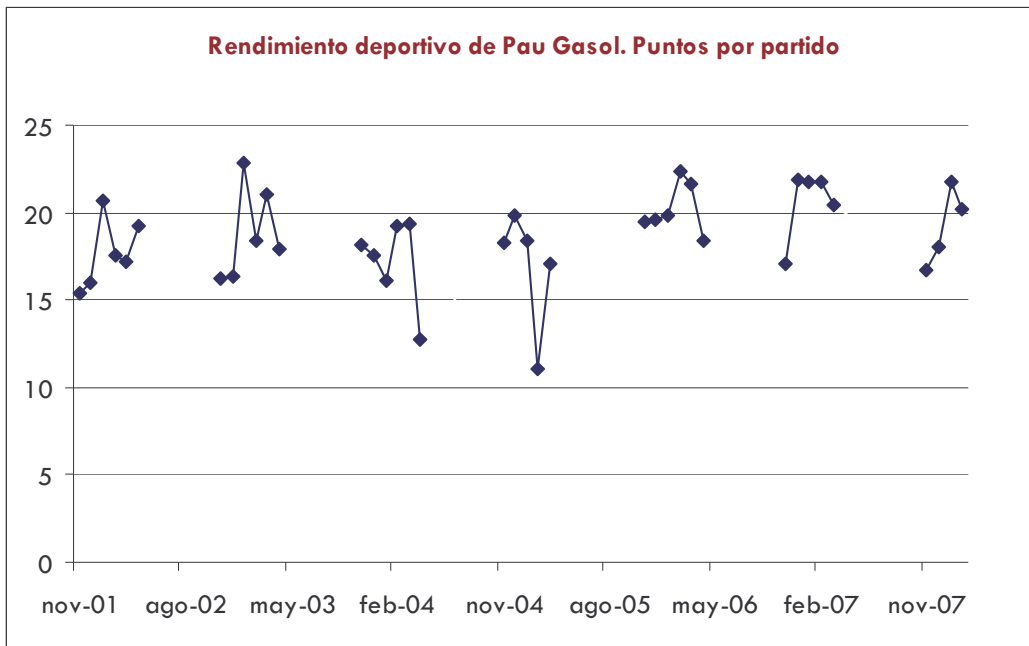


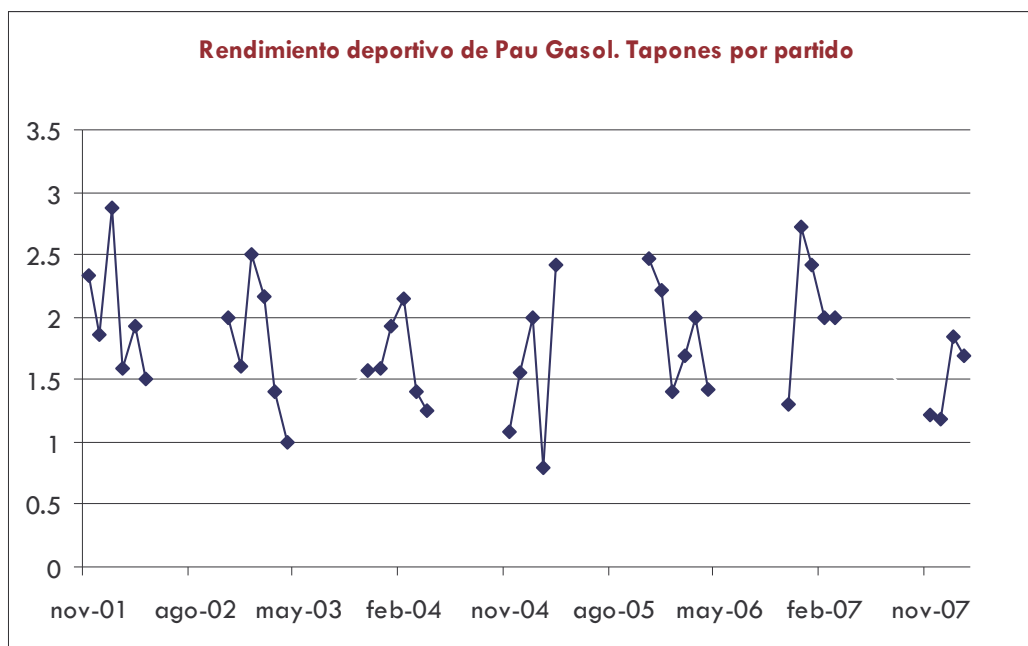
#### 4. El rendimiento deportivo de Pau Gasol y su valor mediático.

El espectacular incremento de valor mediático experimentado por Pau Gasol desde la segunda mitad de la temporada pasada 2007/08 se explica evidentemente por la diferencia de poder mediático de los Lakers en comparación con los Grizzlies de Memphis, que actúa como caja de resonancia mediática.

Cabría preguntarse si la transformación mediática experimentada por Pau Gasol se debe también en gran medida por un incremento de su rendimiento deportivo personal en el nuevo equipo.

Los datos con los que contamos nos permiten decir que la respuesta es negativa. En los gráficos siguientes mostramos las medias mensuales alcanzadas por Pau Gasol con respecto a puntos, rebotes y tapones por partido desde su incorporación a la NBA en 2001. Pau Gasol sobresale por la espectacular regularidad de sus registros. Pero la regularidad de rendimiento deportivo se ha mantenido la temporada pasada, cuando ya jugaba con Los Angeles Lakers. Es decir, no se ha visto incrementada de una manera significativa, por lo que no encontramos en esta vía la explicación de la transformación mediática de Pau Gasol.

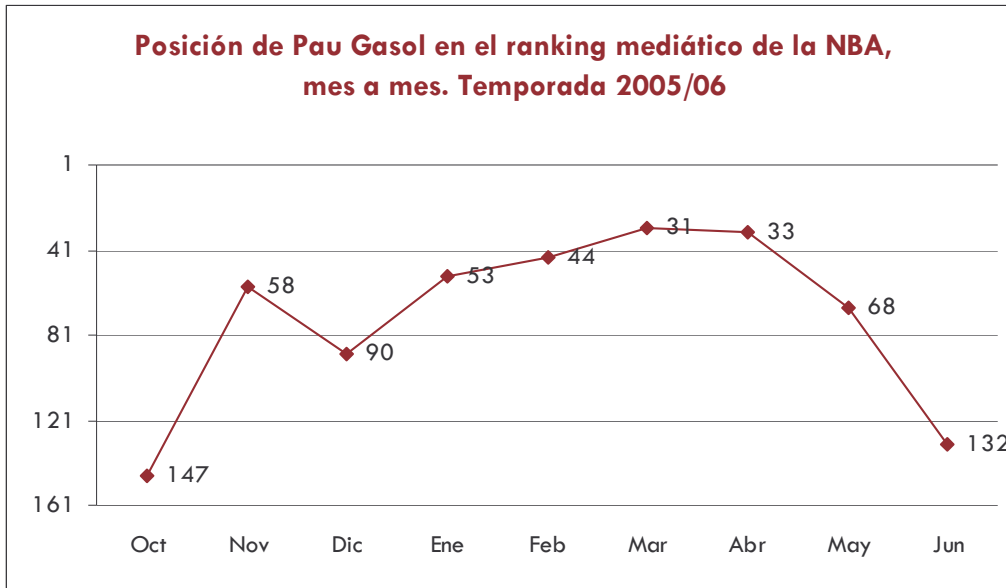




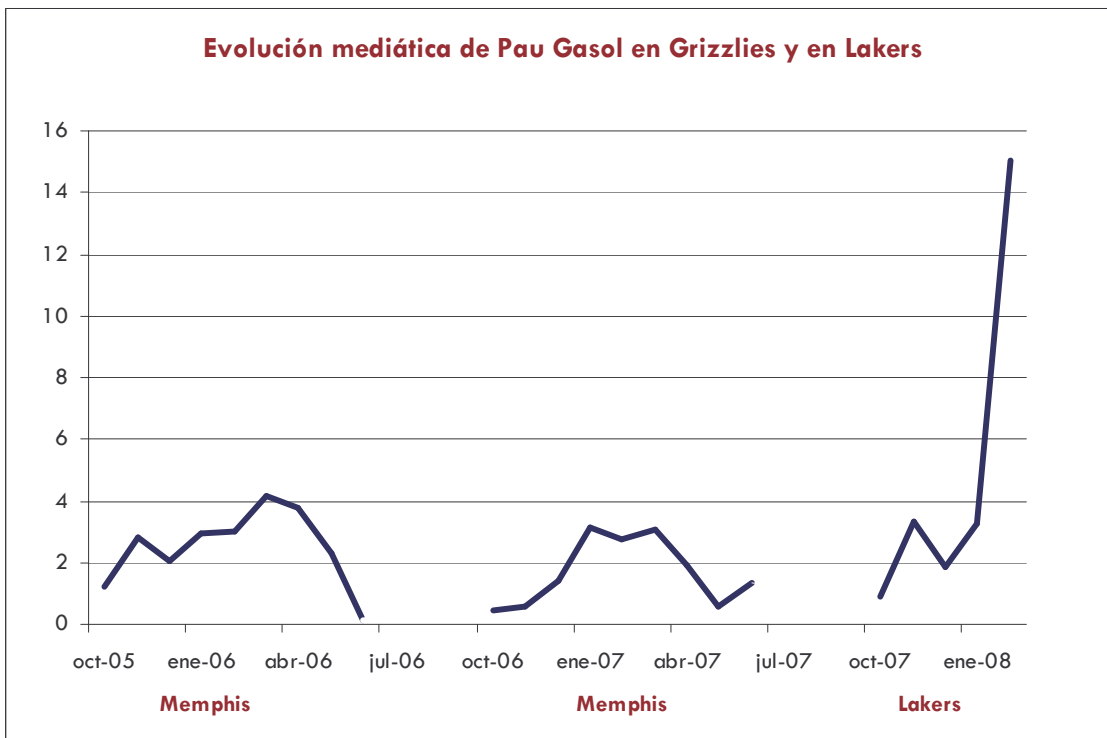
Como ya queda dicho, la causa principal del espectacular incremento de valor mediático es su paso a un equipo de mucho mayor valor mediático que el que cuenta los Grizzlies de Memphis. Como se puede observar en el gráfico del segundo apartado, el antiguo equipo de Pau Gasol no se clasifica entre los 10 equipos más mediáticos. Ocupa de hecho la plaza número 20 sobre 32 franquicias, con un valor mediático de 0,7 puntos. Es decir, tiene un valor mediático casi cuatro veces inferior al de los Lakers.

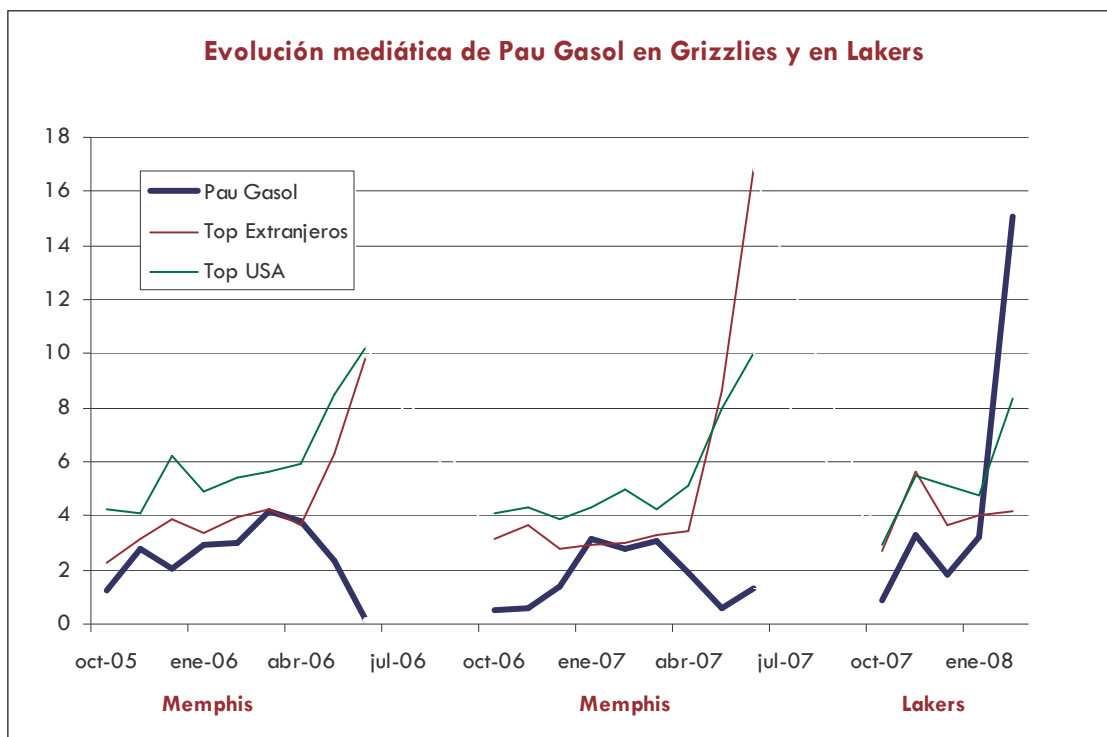
La segunda razón de su explosión mediática estriba en que gracias a la calidad de su nuevo equipo, está luchando por el anillo de la NBA tanto en esta temporada como en la anterior. Con Memphis nunca superó las primeras eliminatorias de los play offs, en los años en los que su equipo conseguía clasificarse para esas eliminatorias. Por lo tanto, Pau Gasol estaba sistemáticamente ausente de la fase de la temporada en la que el impacto mediático colectivo e individual se multiplica.

Mostramos por ejemplo el perfil mediático de Pau Gasol en la temporada 2005/06. Sus excelentes resultados individuales le permitían escalar posiciones en la temporada regular, llegando a situarse entre los 30 más mediáticos de la NBA, a pesar de jugar en un equipo de segundo orden mediático. Pero su tempranera eliminación le hacía perder en los últimos meses decisivos casi todo lo cosechado durante la temporada.



Obsérvese cómo cambia el perfil mediático dentro de la temporada de Pau Gasol desde que está en los Lakers en comparación con su recorrido en las dos temporadas precedentes con los Grizzlies de Memphis.





## 5. Pau Gasol, estrella mediática de carácter global

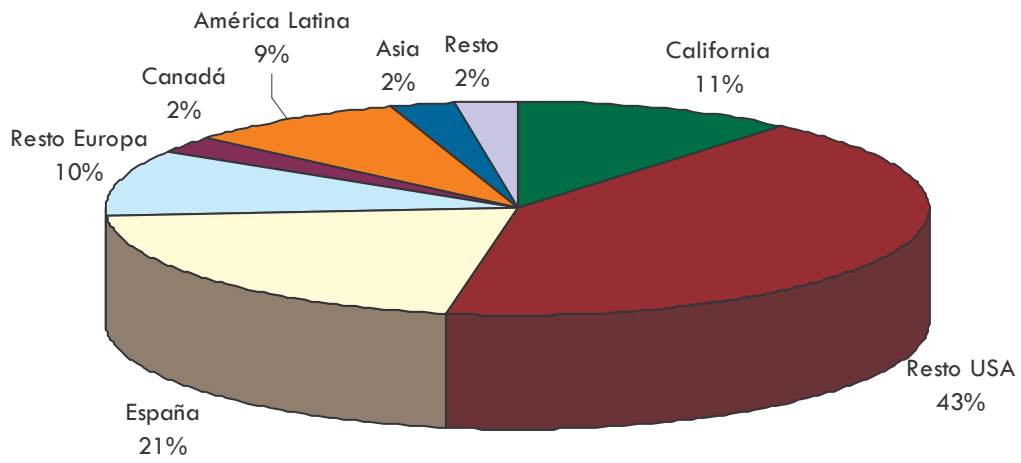
Pau Gasol es una de las principales estrellas mediáticas del deporte español, junto con Rafa Nada, Fernando Alonso, Raúl e Iniesta. Su presencia mediática en los medios de comunicación española es en consecuencia masiva. Cabría pensar por esta razón que su valor mediático es básicamente el fruto de los medios de comunicación españoles y del interés de los aficionados españoles.

Gracias a la tecnología propia de ESI-rg, podemos identificar el origen de todas las noticias mundiales generadas por Pau Gasol, para responder a esta pregunta.

Nuestros datos indican que los medios de comunicación (prensa escrita) españoles son los responsables del 21% del valor mediático de Pau Gasol. El 80% restante se genera en el extranjero. El mercado mediático principal de Gasol es lógicamente Estados Unidos, puesto que se trata de una competición de ese país (junto con representantes canadienses). Los medios de comunicación de Estados Unidos generan el 53% del valor mediático de nuestro representante en la NBA. De esa parte, el 11% proviene de California, el estado al que pertenece su franquicia.

Pau Gasol es por lo tanto una figura mediática de impacto y atractivo mundial. Mostramos el origen del valor mediático de otras grandes estrellas de la NBA, que reflejan que la presencia mediática global de Pau Gasol es muy parecida.

**Origen del valor mediático de Pau Gasol.  
Temporada 2008/09**



**Origen del valor mediático de Kobe Bryant.  
Temporada 2008/09**

