

INFORME FINAL: EL VALOR MEDIÁTICO DEL MUNDIAL DE BASKET 2006

Pau Gasol, el jugador más mediático del Mundial de baloncesto. Estados Unidos, la selección más mediática.

Otros tres jugadores españoles se sitúan entre los 10 mejores: Navarro (6º) Calderón (9º) y Garbajosa (10º)

Informe elaborado por

Francesc Pujol

ESlrg

y Departamento de Economía, Universidad de Navarra

Pedro García-del-Barrio

ESlrg

y Universitat Internacional de Catalunya

Agradecemos la colaboración de

Juan Carlos Molero

Departamento de Economía, Universidad de Navarra

J. Raúl Mata

Ayudante, Universidad de Navarra

Miguel Cardenal

Universidad de Extremadura

y el apoyo financiero recibido a través de la ayuda a la investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología (SEJ2004-04649)

5 de septiembre de 2006

バスケット 世界

INDICE DE CONTENIDOS

1. Resumen ejecutivo	2
2. Los líderes mediáticos del Mundial de basket	6
3. Los jugadores de la Selección de España	9
4. Ranking del valor mediático de las selecciones	10
5. El peso mediático de las ligas nacionales	13
6. ¿Faltan muchas estrellas mediáticas a la cita del Mundial?	16
7. El valor mediático de la NBA, temporada 2005-2006	20
8. Pau Gasol en la NBA	27
9. ¿Cómo se mide el valor mediático?	31

1. Resumen ejecutivo

Pau Gasol, el jugador más mediático del Mundial de baloncesto

Pau Gasol es el jugador con mayor valor mediático del Mundial, al desbancar a todas las otras estrellas de la NBA, según los resultados recogidos en el informe final sobre el valor mediático del Mundial de baloncesto de Japón, llevado a cabo por el grupo de investigación ESlrg de la Facultad de Económicas de la Universidad de Navarra (Grupo de Investigación en Economía, Deporte e Intangibles).

Pau Gasol alcanza 14,1 puntos, lo que significa que genera un valor mediático que es 14 veces superior a la media de los jugadores del Mundial. El podio mediático del Mundial lo completan Lebron James (EEUU, 13,9 puntos) y Carmelo Anthony (EEUU, 12,6). El extraordinario rendimiento deportivo de Pau Gasol, nombrado jugador más valioso del torneo (MVP), que le sitúa entre los tres mejores anotadores, reboteadores y asistentes, ha recibido también el reconocimiento de los aficionados y de los medios de comunicación.

La metodología de ESlrg Universidad de Navarra, elaborada por Francesc Pujol (Universidad de Navarra) y Pedro Garcia-del-Barrio (Universitat Internacional de Catalunya) permite medir el nivel de popularidad y notoriedad de cada deportista, para cualquier tipo de competición. La popularidad se estima a través del número de páginas web que hacen referencia directa al jugador y al equipo que pertenece. La notoriedad se calcula por el número de noticia que hacen referencia al deportista. La medida de valor mediático que ESlrg propone se calcula por combinación de las medidas de popularidad y de notoriedad.

La prestación de Pau Gasol le permite mejorar la sexta posición provisional que ocupaba tras la fase de liguilla del Mundial de Japón. Ha desbancado así a estrellas mediáticas consagradas como Lebron James, Dwyane Wade (MVP NBA 2006), Yao Ming (China) y Dirk Nowitzki (Alemania).

Otros tres jugadores españoles se sitúan entre los diez jugadores más mediáticos del Mundial. Juan Carlos Navarro ocupa la sexta posición, José Calderón la novena y Jorge Garbajosa la décima. Entre los 20 primeros también están Felipe Reyes, Carlos Jiménez y Carlos Cabezas. Todos los jugadores españoles han mejorado su posición con respecto a la clasificación provisional tras la liguilla inicial. Juan Carlos Navarro y Jorge Garbajosa son los únicos jugadores entre los 10 primeros del mundo que no pertenecen a la NBA.

Por países, Estados Unidos coloca a 9 de sus jugadores entre los 20 mejores, España a 7, Argentina a 2 (Ginobili y Nocioni), y Alemania y China uno cada uno. Hay que descender hasta la posición 29 y 30 para encontrar a representantes de la selección griega, subcampeona del mundo: Papaloukas y Spanoulis.

Todas las grandes estrellas mediáticas no americanas están presentes en el Mundial, con la excepción del francés Tony Parker por lesión. Con respecto a los americanos, tiene cuatro de sus estrellas principales, pero el resto de su banquillo no incluye a los mejores posibles de la NBA.

Estados Unidos mantiene el liderato mediático, España recorta diferencias

La clasificación mediática final por selecciones sigue liderada por Estados Unidos. El valor mediático de cada selección se construye por la suma del valor mediático de sus 12 jugadores.

El combinado americano, que ha acabado con la medalla de bronce, acumula un total de 77,1 puntos. La segunda selección más mediática es la española, con 55,7 puntos. Las siguientes selecciones son Argentina, Alemania y Francia. Se sitúan a gran distancia de España, con unos 20 puntos. Grecia ocupa sólo la sexta plaza mediática, a pesar de haberse hecho con la medalla de plata. Al inicio de la competición ocupaba el puesto 19º. Paga sin duda el precio de que ninguno de sus jugadores milita en la NBA y que muchos juegan en la liga griega que, aunque potente deportivamente, pertenece a un pequeño país.

España ha recortado sensiblemente la distancia mediática que le separaba de Estados Unidos al inicio de la competición. La distancia inicial de casi 50 puntos (85,6 para Estados Unidos, 36 para España) ha quedado reducida a 21 puntos. Por el contrario, la distancia entre España y sus perseguidores se ha incrementado.

La investigación también ha calculado el valor mediático de las ligas de baloncesto a partir del valor de los mundialistas que participan en las competiciones nacionales. De este modo, la NBA sobresale al acaparar el 54% del valor mediático de todo el Mundial: sus 38 mundialistas generan 152,8 puntos. La ACB es la segunda liga del mundo con un 19% de valor mediático, al alcanzar sus 33 mundialistas un total de 53,4 puntos. En semifinales y finales participaron 16 jugadores de la ACB española, 16 de la NBA, 6 de la liga griega, 4 de la liga rusa y uno de la italiana.

La NBA y el papel de Pau Gasol

Presentamos en este informe algunos datos sobre el valor mediático de la NBA, lo que nos permite hacer comparaciones con los resultados del Mundial de basket. Nuestros datos

indican que las grandes estrellas mediáticas de la NBA son Kobe Bryant, Shaquille O'Neal, LeBron James, Dwyane Wade y Dirk Nowitzki. Por lo tanto, 3 de los 5 mejores están presentes en el Mundial. Los equipos más poderosos mediáticamente son Miami Heat, Detroit Pistons y Phoenix Suns. Los entrenadores más mediáticos son Larry Brown (New York) y Phil Jackson (LA Lakers). Los mejores novatos (rookies) son Chris Paul y Andrew Bogut, ambos presentes en el Mundial.

En la NBA, Pau Gasol es el 40º jugador más mediático, y el sexto entre los no americanos. Gracias a su participación en el Mundial asciende cuatro plazas hasta el momento. Genera el 25% del valor mediático de su equipo, el Memphis Grizzlies. En comparación con la media de la NBA, su valor mediático se ha incrementado en un 30% durante la última temporada. Su potencial de crecimiento mediático está lastrado por su pertenencia a un equipo que no ha accedido nunca a eliminatorias avanzadas de los play-offs, que es donde se genera la mayor parte del impacto mediático mundial.

Sobre ESlrg Universidad de Navarra

ESlrg Universidad de Navarra, Grupo de Investigación en Economía, Deportes e Intangibles (ESlrg en inglés) estudia desde hace varios años distintas vías para establecer medidas de valores intangibles en el mundo del deporte y del espectáculo. Está liderado por Francesc Pujol (Universidad de Navarra) y Pedro Garcia-del-Barrio (UIC). ESlrg ha creado un método propio para evaluar el valor mediático generado por las competiciones deportivas profesionales.

Esta metodología se aplica con éxito desde hace unos años, y ha permitido el seguimiento del valor mediático de competiciones deportivas profesionales en el ámbito del fútbol (Liga española, Liga de Campeones, Mundial de Alemania) y del baloncesto (NBA, y ahora el Mundial de Japón). Estas bases de datos son la fuente que permite llevar a cabo trabajos de investigación para analizar problemas económicos o empresariales que sólo pueden ser estudiados gracias a la existencia de una medida precisa y homogénea de valor mediático. La base de datos permite igualmente la elaboración de rankings de jugadores y equipos en función de su valor mediático, así como su evolución en el tiempo. Recogemos este último tipo de información en la página web de ESlrg (www.unav.es/econom/sport), así como en informes específicos.

Más información: página web de ESlrg, www.unav.es/econom/sport

Tabla A

Ranking de los jugadores con mayor Valor Mediático del Mundial de baloncesto

<i>Jugador</i>	<i>País</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Liga</i>
1 Pau GASOL	España	14,12	NBA
2 Lebron JAMES	Estados Unidos	13,94	NBA
3 Carmelo ANTHONY	Estados Unidos	12,65	NBA
4 Dwyane WADE	Estados Unidos	10,45	NBA
5 Dirk NOWITZKI	Alemania	9,13	NBA
6 Juan Carlos NAVARRO	España	7,58	Esp
7 Chris BOSH	Estados Unidos	7,12	NBA
8 Yao MING	China	6,88	NBA
9 Jose CALDERON	España	6,26	NBA
10 Jorge GARBAJOSA	España	5,94	Esp
11 Dwight HOWARD	Estados Unidos	5,44	NBA
12 Manuel GINOBI	Argentina	5,29	NBA
13 Kirk HINRICH	Estados Unidos	5,05	NBA
14 Felipe REYES	España	4,94	Esp
15 Elton BRAND	Estados Unidos	4,89	NBA
16 Shane BATTIER	Estados Unidos	4,81	NBA
17 Chris PAUL	Estados Unidos	4,07	NBA
18 Andrés NOCIONI	Argentina	4,05	NBA
19 Carlos JIMENEZ	España	3,89	Esp
20 Carlos CABEZAS	España	3,88	Esp

Tabla B

Ranking del Valor Mediático de las selecciones

<i>País</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Clasificación en el Mundial</i>
1 Estados Unidos	77,11	3
2 España	55,65	1
3 Argentina	20,10	4
4 Alemania	19,51	8
5 Francia	17,69	5
6 Grecia	13,68	2
7 China	11,21	9
8 Italia	7,47	9
9 Brasil	6,81	9
10 Australia	6,61	9
11 Lituania	6,16	7
12 Nueva Zelanda	6,03	9

Próxima cita:

- ✓ **11 de septiembre 2006:** Nota de prensa e **informe** sobre el valor mediático de los jugadores y equipos de la **Liga de Campeones de Fútbol**.

2. Los líderes mediáticos del Mundial de basket

- **Los jugadores más mediáticos del Mundial son Pau Gasol, Lebron James y Carmelo Anthony.**
- **Dirk Nowitzki, Yao Ming y los españoles Navarro, Calderón y Garbajosa, entre los Top 10**
- **La selección española coloca a 7 jugadores entre los 20 mejores. Pau Gasol (1º), Juan Carlos Navarro (6º), José Calderón(9º) y Jorge Garbajosa (10º), Felipe Reyes (14º), Carlos Jiménez (19º) y Carlos Cabezas (20º).**
- **Todos los jugadores del Top 10 mediático juegan en la NBA, salvo Navarro y Garbajosa (ACB España)**
- **Entre los 40 jugadores con mayor valor mediático hay representantes de Estados Unidos (12), España (9), Argentina (5), Francia (4), Grecia (3), Alemania (3), Brasil (1), China (1), Puerto Rico (1), Australia (1)**
- **La clasificación mediática del Mejor Jugador Joven está liderada por el americano Chris Bosh. Rudy Fernández ocupa la cuarta posición.**

バスケット 世界

Tal como recoge la tabla 1, la clasificación final de valor mediático ha acabado siendo liderada por el español Pau Gasol, con 14,1 puntos. Esto significa que tiene un valor mediático que es casi 16 veces superior al de la media de los jugadores del Mundial. Durante gran parte de la competición, la clasificación había sido comandada por el americano Lebron James, que ha acabado ocupando la segunda posición, con 13,9 puntos. El trío de honor lo completa el también americano Carmelo Anthony, con 12,6 puntos.

Entre los diez jugadores más mediáticos del Mundial encontramos a representantes de otros dos países: Yao Ming (China, 8º) y Dirk Nowitzki (Alemania, 5º).

Es evidente que las cinco primeras estrellas mediáticas del Mundial ya lo eran antes del inicio de la competición. Pero su impacto mediático reconoce el excelente juego que han desarrollado durante la competición. Es decir, existe una fuerte correlación entre el nivel de juego y la capacidad mediática del jugador. Pau Gasol ha sido elegido el Jugador Más Valioso (MVP) del campeonato: se sitúa entre los tres mejores del Mundial en las clasificaciones de anotadores, reboteadores y asistentes, a pesar de no haber podido

disputar la final. Forma parte del quinteto ideal del campeonato, junto con Carmelo Anthony.

Además, Nowitzki y Wade se sitúan entre los mejores anotadores. Lo mismo sucede con Yao Ming, pero le ha penalizado la pronta eliminación de su selección, tal como se pronosticaba en el informe preliminar (de hecho ha ocupado la cuarta posición mediática durante gran parte de la competición).

Se puede decir que los jugadores americanos disfrutaban de la renta que les da el ser estrellas mediáticas de la NBA, competición que tiene un impacto global. También se benefician del buen funcionamiento global de la selección americana hasta su derrota en las semifinales. Sino no se justificaría la posición de líder global que ocupa Lebron James, puesto que en el apartado de anotadores sólo ocupa la octava posición y la novena posición por asistencias.

Tabla 1

Ranking de los jugadores con mayor Valor Mediático del Mundial de baloncesto

<i>Jugador</i>	<i>País</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Liga</i>
1 Pau GASOL	España	14,12	NBA
2 Lebron JAMES	Estados Unidos	13,94	NBA
3 Carmelo ANTHONY	Estados Unidos	12,65	NBA
4 Dwyane WADE	Estados Unidos	10,45	NBA
5 Dirk NOWITZKI	Alemania	9,13	NBA
6 Juan Carlos NAVARRO	España	7,58	Esp
7 Chris BOSH	Estados Unidos	7,12	NBA
8 Yao MING	China	6,88	NBA
9 Jose CALDERON	España	6,26	NBA
10 Jorge GARBAJOSA	España	5,94	Esp
11 Dwight HOWARD	Estados Unidos	5,44	NBA
12 Manuel GINOBILI	Argentina	5,29	NBA
13 Kirk HINRICH	Estados Unidos	5,05	NBA
14 Felipe REYES	España	4,94	Esp
15 Elton BRAND	Estados Unidos	4,89	NBA
16 Shane BATTIER	Estados Unidos	4,81	NBA
17 Chris PAUL	Estados Unidos	4,07	NBA
18 Andrés NOCIONI	Argentina	4,05	NBA
19 Carlos JIMENEZ	España	3,89	Esp
20 Carlos CABEZAS	España	3,88	Esp

Entre los 20 jugadores más mediáticos encontramos representantes de cinco selecciones. Estados Unidos consigue colocar a nueve de sus doce representantes. España sitúa a siete de sus jugadores entre los mejores 20 del mundo: Pau Gasol, Juan Carlos Navarro, José Calderón, Jorge Garbajosa, Felipe Reyes, Carlos Jiménez y Carlos Cabezas.

Argentina tiene dos jugadores. El resto de selecciones tienen sólo un representante: China y Alemania. Se puede afirmar que el baloncesto sigue dominado todavía mediáticamente a nivel mundial por los jugadores americanos. Sin embargo, y probablemente a diferencia de lo que sucedía hace unos pocos años, este estrellato está ahora compartido por jugadores de otros países, como los mencionados Gasol, Ming, Nowitzki y, a partir de este Mundial, otros jugadores como Navarro o Garbajosa.

Como se puede observar en la misma tabla 1, la NBA concentra además la gran mayoría de las estrellas del Mundial, puesto que en esa competición se desenvuelven 15 de los 20 jugadores más mediáticos. Sólo cinco estrellas mediáticas de calibre mundial juegan fuera de Estados Unidos, en la liga ACB española, (aunque Garbajosa jugará en la NBA a partir de esta temporada). De hecho, se puede concluir que la NBA es una especie de primera división mundial y se alimenta de las otras grandes ligas, entre las que la ACB goza actualmente de un lugar preponderante.

Restringimos en la Tabla 2 el análisis a los jugadores que son candidatos al premio Mejor Jugador Joven del Mundial. Mostramos el valor mediático de los mejores 12 jugadores (sobre 21 candidatos posibles).

La clasificación está claramente liderada por Chris Bosh y Chris Paul, que de nuevo se benefician del conocimiento mundial que reciben por jugar en la NBA. Chris Paul salió con el número 4 en el draft de novatos (rookies) al inicio de temporada. Según nuestros datos, su buena temporada le situó como el mejor novato de la NBA al final de la temporada.

Leandro Barbosa ocupa la tercera posición. Rudy Fernández finaliza el Mundial como el cuarto joven más mediático.

Tabla 2

<i>Valor Mediático de los Candidatos al Mejor Jugador Joven</i>			
	<i>Jugador</i>	<i>País</i>	<i>Valor Mediático</i>
1	Chris BOSH	Estados Unidos	7,12
2	Chris PAUL	Estados Unidos	4,07
3	Leandro BARBOSA	Brasil	2,80
4	Rudy FERNANDEZ	España	2,46
5	Mickael GELABALE	Francia	1,73
6	Ronny TURIJAF	Francia	1,72
7	Marco Stefano BELINELLI	Italia	1,47
8	Dimitrios DIAMANTIDIS	Grecia	1,43
9	Sofoklis SHORTSIANITIS	Grecia	1,36
10	Tiago SPLITTER	Brasil	1,34

3. Los jugadores de la Selección de España

- **Pau Gasol, líder de la selección española, número uno del mundo.**
- **7 jugadores se sitúan entre los 20 mejores.**
- **Los 12 jugadores se sitúan entre los 70 jugadores más mediáticos del Mundial.**
- **Los 7 mejores de la selección superan a estrellas mediáticas de la NBA como Boris Diaw (Francia), Bogut (Novato con el No 1 en el sorteo, de Australia), Varejao (Brasil) o Delfino y Oberto (Argentina).**

バスケット 世界

Los resultados que mostramos en la Tabla 3 reflejan la fuerza mediática de los jugadores de la selección española. Como ya hemos visto en el apartado anterior, Pau Gasol es una verdadera estrella mundial, puesto que ocupa el liderazgo mundial. Entre los mejores del mundo encontramos a Navarro, Calderón, Garbajosa, Reyes, Jiménez y Cabezas.

Todos los jugadores tienen un valor mediático superior a la media de los 288 jugadores. A pesar de que existe una distancia mediática importante entre el séptimo jugador y los siguientes, los 12 representantes de la selección española se sitúan entre los mejores 70 jugadores.

Tabla 3

<i>Ranking del Valor Mediático de los jugadores de la selección española</i>				
	<i>Jugador</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Clasificación General</i>	<i>Liga</i>
1	Pau GASOL	14,11	1	NBA
2	Juan Carlos NAVARRO	7,53	6	ACB
3	Jose CALDERON	6,21	9	NBA
4	Jorge GARBAJOSA	5,92	10	ACB
5	Felipe REYES	4,90	14	ACB
6	Carlos JIMENEZ	3,85	19	ACB
7	Carlos CABEZAS	3,83	20	ACB
8	Rudy FERNANDEZ	2,44	32	ACB
9	Sergio RODRIGUEZ	1,97	36	ACB
10	Alex MUMBRU	1,34	50	ACB
11	Marc GASOL	1,32	52	ACB
12	Berni RODRÍGUEZ	1,16	64	ACB

4. Ranking del valor mediático de las selecciones

- **Claro dominio de la selección de Estados Unidos.**
- **Sólida segunda plaza para la selección española, que ha acortado distancias a lo largo de la competición**
- **Estados Unidos, España y China, las selecciones con más jugadores en la liga local.**
- **Grecia, medalla de plata, sólo ocupa la sexta posición mediática. Se debe en parte a que ningún seleccionado juega en la NBA.**
- **China y Alemania son las selecciones más dependientes desde el punto de vista mediático de un sólo jugador. En el otro extremo se sitúan Estados Unidos y Francia.**

バスケット 世界

En la tabla 4 mostramos a las selecciones con mayor valor mediático tras los partidos de octavos de final.

El valor mediático de cada selección se estima como la suma del valor mediático de los 12 jugadores que la componen.

La selección con mayor poder mediático es Estados Unidos, con 77,1 puntos. Es la gran dominadora del Mundial, puesto que está 21 puntos por encima de su más inmediata perseguidora, que es la selección de España, con 55,6 puntos. Sin duda la selección americana concentra el mayor número de estrellas mediáticas de alcance global, gracias a los aficionados que en todo el mundo siguen los partidos de la NBA. Hay que señalar que la selección española ha reducido notablemente la distancia mediática con respecto a Estados Unidos a lo largo de la competición. Así, tras la liguilla inicial, la distancia entre ambas selecciones era de 50 puntos.

La segunda posición que ocupa España es también sólida, puesto que supera en más de un 150% el valor mediático al tercer clasificado, que es Argentina. Conviene subrayar que esta segunda plaza de España es alcanzada con una inmensa mayoría de jugadores que

juegan en la liga nacional (10 sobre 12), a diferencia de otras selecciones. Este dato da indicaciones del poderío mediático de la ACB, tal como confirmaremos en el apartado siguiente. Contrasta este resultado con el de Argentina (sólo un jugador sobre 12 evoluciona en la liga local). Francia (4 sobre 12), Alemania (5 sobre 12).

Grecia ocupa sólo la sexta plaza mediática, a pesar de haberse hecho con la medalla de plata. Al inicio de la competición ocupaba el puesto 19º. Paga sin duda el precio de que ninguno de sus jugadores milita en la NBA y que muchos juegan en la liga griega que, aunque potente deportivamente, pertenece a un pequeño país.

Francia ocupa la quinta posición final, mientras que al inicio de la competición llegó a alcanzar la tercera plaza, a pesar de no poder contar con su principal estrella mediática, Tony Parker.

Cabe señalar la ausencia de Serbia y Montenegro entre las más mediáticas, a pesar de ser el precedente campeón del mundo. De hecho ocupa una pobrísima 22ª posición sobre 24. Esto no se debe sólo a su floja prestación en la competición, sino principalmente porque sus principales estrellas mediáticas, que juegan en la NBA, renunciaron a participar en el Mundial, como veremos en el apartado 6.

Tabla 4

<i>Ranking del Valor Mediático de las selecciones</i>			
	<i>País</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Clasificación en el Mundial</i>
1	Estados Unidos	77,11	3
2	España	55,65	1
3	Argentina	20,10	4
4	Alemania	19,51	8
5	Francia	17,69	5
6	Grecia	13,68	2
7	China	11,21	9
8	Italia	7,47	9
9	Brasil	6,81	9
10	Australia	6,61	9
11	Lituania	6,16	7
12	Nueva Zelanda	6,03	9

Completamos la información sobre las selecciones con los datos de la Tabla 5. Concentramos el análisis en las 7 selecciones más mediáticas. Hemos calculado en la última columna la tasa de dependencia de cada selección.

Este dato se obtiene calculando el porcentaje del valor mediático de cada equipo que es generado por su estrella principal. Cuanto más dependa mediáticamente una selección de un sólo jugador, mayor es su tasa de dependencia. Si la tasa de dependencia es muy elevada, las probabilidades de éxito final tienden a disminuir, porque todo el juego del equipo depende primordialmente del acierto de un sólo jugador, que a la larga poco puede hacer frente a selecciones más equilibradas.

Nuestros datos reflejan una altísima tasa de dependencia de China de su estrella Yao Ming. Igualmente, Alemania depende demasiado de su estrella Dirk Nowitzki. China fue eliminada en octavos de final y Alemania en cuartos. Argentina, que tiene también una alta tasa de dependencia de Manu Ginobili, quedó cuarta. Para el resto de selecciones, el peso de la estrella mediática principal supone entre un 20 y 25% del valor mediático global, lo que indica que se trata de conjuntos mucho más homogéneos y equilibrados en las distintas posiciones de juego.

Tabla 5

<i>Tasa de Dependencia de las Selecciones más Mediáticas</i>		
<i>Selección</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Tasa de Dependencia</i>
1 Estados Unidos	77,1	22,04
2 España	55,6	22,95
3 Argentina	20,1	48,96
4 Alemania	19,5	48,60
5 Francia	17,7	19,10
6 Grecia	13,7	19,81
7 China	11,2	79,81

5. El peso mediático de las ligas nacionales

- **La NBA es la competición con mayor valor mediático global.**
- **La ACB es la Liga de las Estrellas en Europa. Cabe preguntarse si la ACB saca partido a su impacto mediático internacional.**
- **Estados Unidos y España también lideran la clasificación de la calidad media de los jugadores que juegan en esas ligas.**
- **Los jugadores de la NBA generan el 54% del impacto mediático del mundial; los de la ACB, el 19%.**
- **Las otras grandes ligas europeas (Rusia, Italia y Grecia) quedan a gran distancia de la ACB.**
- **Notable pérdida de valor mediático de ligas clásicas como la turca y la serbia.**

バスケット 世界

El Mundial de basket permite obtener una medida indirecta del peso mediático de las principales ligas nacionales. Estimamos el valor de cada liga sumando el valor mediático de los jugadores que militan en ellas y juegan el Mundial, independientemente de su nacionalidad.

El dominio mediático de la NBA americana es aplastante. Los jugadores del Mundial que militan en esa liga generan 153 puntos. La segunda liga más mediática del mundo es la ACB española, que suma 53 puntos. Es decir, los jugadores de la NBA generan en el mundial un valor mediático que es tres veces superior al de su inmediato seguidor. La diferencia de poder mediático real es de hecho todavía mucho más grande, puesto que la NBA sólo puede enviar a 12 de sus estrellas mediáticas, mientras que el número de estrellas mediáticas americanas de alcance mundial es mucho más amplia (ver los datos del apartado 8 de este informe).

De una manera análoga, el dominio de la liga española es claro a nivel europeo, puesto que frente a los 53 puntos de España, la liga rusa, tercera en liza, no genera más que 10,3 puntos, es decir cinco veces menos que la ACB. La liga italiana se sitúa en cuarta posición, con valores cercanos a los de los rusos.

Son básicamente las ligas americanas, española e italiana las que tienen una estructura verdaderamente internacional, puesto que atraen respectivamente a 38, 33 y 23 mundialistas. El resto de ligas cuentan como mucho con 13 mundialistas, que en la mayoría de los casos se corresponden con los jugadores nacionales seleccionados.

La última columna de la tabla 6 ofrece el dato complementario de la calidad media de los mundialistas de cada liga nacional, en valor mediático. Se calcula dividiendo el valor mediático total por el número de jugadores. De nuevo la NBA pertenece a una categoría aparte, puesto que sus 38 mundialistas tienen un valor mediático medio de 4,02 puntos, frente a los 1,62 de la segunda mejor liga por calidad, que vuelve a ser la española. Estos datos confirman la exposición mediática mundial que genera jugar en la NBA.

Como queda dicho, por detrás de la NBA, es la ACB española la que presenta una mayor calidad media de sus estrellas mediáticas nacionales e internacionales. En este campo sólo se le acercan Grecia, Alemania y Rusia, pero esos resultados son poco significativos porque se sustentan en pocos jugadores. Sorprende ver la baja calidad media de los mundialistas que militan en la competición italiana, ya que de media es 3,7 veces inferior a la española, y también es inferior al resto de las ligas principales. Estos datos sugieren el declive de la calidad deportiva de los equipos de la liga italiana.

Tabla 6

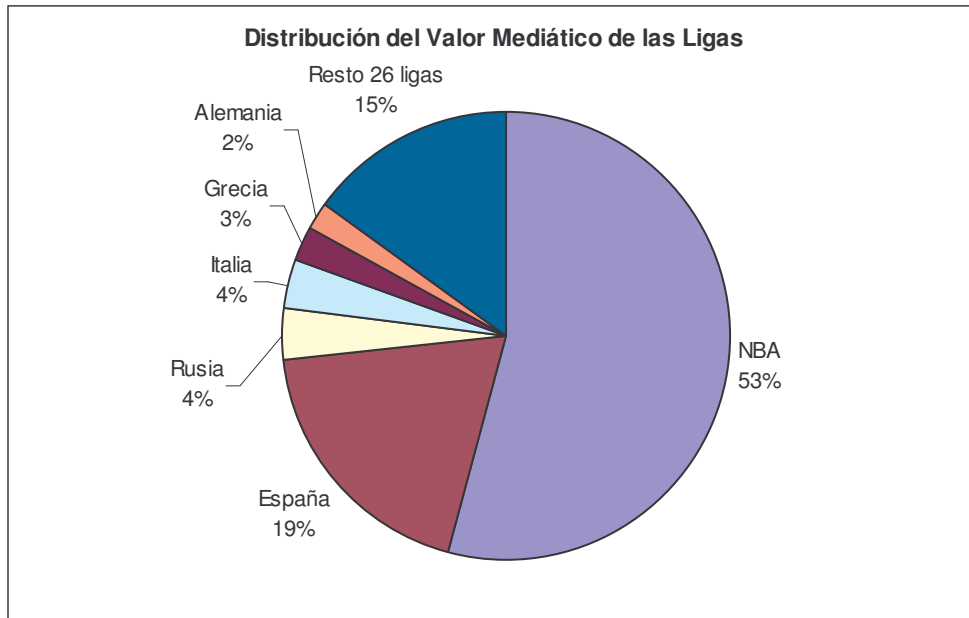
<i>Valor Mediático de las ligas nacionales</i>				
<i>Liga</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Jugadores</i>	<i>Calidad Media</i>	
1 NBA, EEUU	152,77	38	4,02	
2 ACB, España	53,44	33	1,62	
3 Rusia	10,27	11	0,93	
4 Italia	9,90	11	0,43	
5 Grecia	7,11	9	0,79	
6 Alemania	5,75	7	0,82	
7 Francia	6,00	10	0,60	
8 Australia	4,48	12	0,37	
9 China	4,37	10	0,44	
10 Japón	4,39	10	0,44	

Completamos el análisis de esta sección mostrando los mismos datos, pero reagrupados esta vez en forma de la repartición del valor mediático total del Mundial entre las distintas ligas nacionales. Es decir, mostramos qué porcentaje del valor mediático del Mundial de basket ha sido generado por los mundialistas que militan en cada liga nacional.

Los resultados del gráfico 1 confirman el dominio abrumador de los mundialistas de la NBA, puesto que generan el 54% del valor mediático del Mundial. Le sigue a distancia la

liga española, que producen el 19% del valor mediático. Ninguna otra liga tiene un poderío similar a americana o la española, puesto que generan como mucho el 4% del valor mediático global.

Gráfico 1



6. ¿Faltan muchas estrellas mediáticas a la cita del Mundial? Las otras estrellas de la NBA

- **A diferencia del fútbol, el Mundial de basket no puede contar con todas sus estrellas mediáticas, puesto que la gran mayoría son todavía americanas.**
- **La selección americana está representada por casi todos sus jugadores más importantes, sobre todo si hacemos referencia al quinteto inicial.**
- **Carmelo Anthony es uno de los grandes beneficiados mediáticos de la selección americana.**
- **Entre las grandes estrellas mediáticas no americanas sólo falta a la cita el francés Tony Parker, por lesión.**
- **Yao Ming y Pau Gasol, los no americanos más beneficiados en valor mediático gracias al Mundial.**

バスケット 世界

¿Están en el Mundial de basket las principales estrellas mediáticas del momento, como ocurre por ejemplo en el caso del fútbol? El baloncesto tiene una peculiaridad que hace casi imposible reunir a todas las estrellas mundiales en una competición internacional de alto nivel, como el Mundial o los Juegos Olímpicos. La razón estriba en que es un deporte que ha sido dominado históricamente por los Estados Unidos y su competición nacional, la NBA. Aunque la internacionalización de los jugadores de la NBA es patente y se afirma el recorte en la diferencia de calidad con otras ligas europeas, sigue siendo cierto que la gran mayoría de las estrellas mediáticas mundiales son estadounidenses. Dado que el seleccionador sólo puede contar con 12 jugadores, es evidente que grandes estrellas quedan fuera del Mundial. Este fenómeno se puede agrandar si las grandes estrellas americanas de la NBA renuncian a representar a su país o el entrenador tiene otros criterios para escoger a sus jugadores.

Mostramos en la Tabla 7 a los mundialistas de la selección de Estados Unidos, junto con los que fueron convocados inicialmente y que no han podido participar en el Mundial por un motivo u otro. Los jugadores están ordenados en función del valor mediático alcanzado en la NBA durante la temporada 2005-2006, tal como queda recogido en la columna 5 de la tabla 7.

De los jugadores inicialmente seleccionados por el entrenador, seis no han asistido finalmente a la cita mundialista. Entre ellos está Kobe Bryant que, según nuestros cálculos es la principal estrella mediática de la NBA, y por ende del mundo (columna 6 de la tabla 7). Otros 3 jugadores que estaban en la selección inicial y que han desistido finalmente estaban entre los 30 jugadores más valorados mediáticamente de la NBA.

Entre los jugadores que son mundialistas, dos son considerados máximas estrellas mediáticas, puesto que ocupan la tercera posición en la NBA (Lebron James) y la cuarta (Dwyane Wade, MVP Play-Off NBA 2006). Otros dos mundialistas se encuentran entre los 25 mejores. Todos los jugadores americanos se sitúan entre los 60 mejores jugadores de la NBA (descontando los jugadores extranjeros), salvo Brad Miller (posición 80) y Shane Battier (139).

Por lo tanto, puede afirmarse que Estados Unidos ha enviado una buena selección al Mundial, que es casi la más mediática de las posibles en cuanto a su cinco inicial, aunque mejorable en lo que se refiere al conjunto del banquillo. No ha sido sin embargo suficiente para que se hagan con la medalla de oro.

Tabla 7

Valor Mediático en la NBA de los Americanos Mundialistas

<i>Jugador</i>	<i>Mundialista</i>	<i>Razón ausencia</i>	<i>Posición en el Mundial</i>	<i>Valor Mediático en NBA</i>	<i>Posición en NBA</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kobe BRYANT	NO	Lesión		11,69	1
Lebron JAMES	SÍ		2	8,15	3
Dwyane WADE	SÍ		4	8,01	4
Shawn MARION	NO	Lesión		4,73	15
Elton BRAND	SÍ		15	4,39	17
Carmelo ANTHONY	SÍ		3	3,86	21
Paul PIERCE	NO	Lesión		3,73	22
Lamar ODOM	NO	Renuncia		3,38	28
Michael REDD	NO	Renuncia		2,85	40
Amare STOUDEMIRE	NO	S. D.		2,69	46
Chris BOSH	SÍ		7	2,56	48
Chris PAUL	SÍ		17	2,54	49
Antawn JAMISON	SÍ		28	2,34	54
Kirk HINRICH	SÍ		13	2,32	55
Dwight HOWARD	SÍ		11	2,20	59
Joe JOHNSON	SÍ		22	2,11	63
Bruce BOWEN	NO	S. D.		1,99	69
Brad MILLER	SÍ		31	1,77	80
Shane BATTIER	SÍ		16	1,07	139

Cabe notar que el Mundial ha convertido en un escaparate mediático para alguno de los miembros de la selección americana, incrementando su valor mediático con respecto al que poseían en la NBA. Por ejemplo, Carmelo Anthony inició el Mundial como el cuarto jugador más mediático de la selección (y posición global 21 en la NBA), mientras que es el

segundo jugador más mediático de la selección y tercero del Mundial. Este resultado es lógico, puesto que es el máximo anotador de la selección americana y es el único americano que ha sido elegido como miembro del quinteto ideal del Mundial. Otros beneficiados mediáticos son Dwight Howard y Shane Battier. Por el contrario, pierden peso relativo Elton Brand y Antawn Jamison.

Pese a estas oscilaciones que hemos comentado, producto del distinto nivel deportivo mostrado por unos y otros jugadores en el Mundial, el coeficiente de correlación entre el valor mediático de los jugadores en la NBA y en el Mundial es de 0,85, lo que confirma la solidez y coherencia de los resultados que ofrecemos.

Repetimos el análisis que acabamos de hacer, pero aplicándolo esta vez a los jugadores extranjeros de la NBA. Mostramos en la tabla 8 cuáles son las principales estrellas mediáticas extranjeras de la NBA, para analizar quiénes son los jugadores que participan en el Mundial.

De los 20 jugadores no americanos con mayor valor mediático de la NBA, 12 de ellos están presentes en el Mundial, y 7 de ellos entran dentro de los 10 más mediáticos. De los 8 ausentes, en tres casos la causa es que su país no se ha clasificado para el Mundial; en otros tres casos, se debe a renuncia del propio jugador: en todos estos casos se trata de jugadores de Serbia y Montenegro, lo que da idea de la pérdida de potencial mediático y deportivo de esta selección, vigente campeona del mundo y eliminada en octavos de final por España. Otro jugador importante está ausente por lesión. Se trata de Tony Parker, y su ausencia supone una gran pérdida para Francia, su selección, y para el impacto del Mundial, puesto que era el segundo jugador extranjero con mayor valor mediático de la NBA.

Tabla 8

Valor Mediático en la NBA de los no Americanos Mundialistas

<i>Jugador</i>	<i>País</i>	<i>VM NBA</i>	<i>Posición NBA</i>	<i>Mundialista</i>	<i>Razón ausencia</i>	<i>Posición Mundial intermedia</i>	<i>Posición Mundial final</i>
1 Dirk Nowitzki	Alemania	7,98	5	Sí		5	5
2 Tony Parker	Francia	5,47	11	No	Lesión		
3 Manu Ginobili	Argentina	3,94	20	Sí		14	12
4 Yao Ming	China	3,59	26	Sí		4	8
5 Boris Diaw	Francia	3,28	31	Sí		27	23
6 Pau Gasol	España	2,75	44	Sí		6	1
7 Peja Stojakovic	Serbia y M	2,01	68	No	Renuncia		
8 Leandro Barbosa	Brasil	1,97	70	Sí		22	27
9 Andres Nocioni	Argentina	1,64	87	Sí		18	18
10 Nenad Krstic	Serbia y M	1,63	88	No	Renuncia		
11 Andrei Kirilenko	Rusia	1,58	92	No	No Clasificado		
12 Mehmet Okur	Turquía	1,46	97	Sí	Sin Datos		
13 Zaza Pachulia	Georgia	0,96	150	No	No Clasificado		
14 Primož Brezec	Eslovenia	0,89	160	Sí		51	72
15 Darko Milicic	Serbia y M	0,88	163	Sí		48	85
16 Mickael Pietrus	Francia	0,77	180	Sí		79	67
17 Vladimir Radmanovic	Serbia y M	0,75	184	No	Renuncia		
18 Anderson Varejao	Brasil	0,75	186	Sí		41	62
19 Carlos Arroyo	Puerto Rico	0,72	193	Sí		16	34
20 Toni Kukoc	Croacia	0,69	200	No	No Clasificado		

Si comparamos el valor mediático que tenían en la NBA con el que alcanzan en el Mundial, podemos hacer un análisis de ganadores y perdedores de valor mediático gracias al Mundial. El gran vencedor es por supuesto Pau Gasol, que empezó el Mundial como el sexto no americano de la NBA más mediático, y acaba la competición como el más mediático de todos. Gana varias posiciones Carlos Arroyo, pero eso se debe más al hecho de pertenecer a Puerto Rico, lo que le asimila a un jugador americano, que por su rendimiento deportivo. Gana posiciones también Yao Ming, lo que en este caso sí que se corresponde con su rendimiento deportivo en el Mundial. No ha sido provechoso en cambio para el francés Boris Diaw.

En suma, podemos concluir que el Mundial cuenta con prácticamente todas las estrellas no americanas, así como con una buena representación de las estrellas americanas.

7. El valor mediático de la NBA, temporada 2005-2006

- **Mostramos datos sobre el valor mediático de los jugadores de la NBA, ya que se han obtenido utilizando la misma metodología.**
- **Los tres jugadores más mediáticos de la NBA son Kobe Bryant, Shaquille O'Neal y Lebron James.**
- **Los tres novatos (rookies) más mediáticos son Chris Paul, Andrew Bogut y Channing Frye.**
- **Los tres no americanos con mayor valor mediático son Dirk Nowitzki, Tony Parker y Manu Ginobili.**
- **Jugadores con mayor incremento de valor mediático. a) Temporada regular: Dirk Nowitzki, Rasheed Wallace y Vince Carter. b) Incluyendo play-offs: Dirk Nowitzki, Dwyane Wade, Shaquille O'Neal.**
- **Los entrenadores con mayor valor mediático son: Larry Brown (New York), Phil Jackson (LA Lakers) y Avery Johnson (Dallas).**
- **Los equipos con mayor valor mediático son Miami Heat, Detroit Pistons y Phoenix Suns.**
- **Los equipos más dependientes de su estrella principal son LA Lakers (Kobe Bryant), Cleveland (Lebron James) y Philadelphia (Allen Iverson).**

バスケット 世界

En apartados anteriores del informe hemos dado perspectiva a los datos de valor mediático del Mundial sirviéndonos de información referente al valor mediático de jugadores de la NBA. Eso es posible porque en ESlrg hemos hecho un seguimiento de la NBA durante la temporada 2005-2006 aplicando exactamente la misma metodología que la utilizada para el Mundial. Eso significa que contamos con los datos sobre el valor mediático de cada uno de los 536 jugadores de la NBA estudiados, así como su evolución a lo largo de la temporada. A partir de los resultados individuales hemos calculado el valor mediático de los equipos.

Dado que la NBA es la competición regular de referencia internacional en el mundo del baloncesto, aprovechamos la publicación del informe sobre el Mundial de baloncesto para

ofrecer a los especialistas y aficionados de este deporte los principales resultados. Se puede encontrar una información más detallada en la página web de ESlrg (www.unav.es/econom/sport), en la sección "NBA".

Dado que los datos de la NBA no constituyen el objetivo principal de este informe, mostramos los gráficos del ranking de los jugadores, entrenadores y equipos sin comentarlos en detalle. Hemos indicado en los gráficos pertinentes si los jugadores están participando en el Mundial. Como se podrá observar, en prácticamente todas las clasificaciones, algunos de los mejores jugadores, americanos o no, están participando en el Mundial de basket.

Tabla 9

<i>Ranking de los 15 jugadores con mayor valor mediático</i>			
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor</i>	
		<i>Mediático NBA</i>	<i>Mundialista</i>
1 Kobe Bryant	LA Lakers	11,69	
2 Shaquille O'Neal	Miami	8,45	
3 LeBron James	Cleveland	8,15	Sí
4 Dwyane Wade	Miami	8,01	Sí
5 Dirk Nowitzki	Dallas	7,98	Sí
6 Steve Nash	Phoenix	7,29	
7 Tim Duncan	San Antonio	6,92	
8 Chauncey Billups	Detroit	6,17	
9 Allen Iverson	Philadelphia	5,88	
10 Rasheed Wallace	Detroit	5,66	
11 Tony Parker	San Antonio	5,47	
12 Richard Hamilton	Detroit	5,37	
13 Ben Wallace	Detroit	4,98	
14 Vince Carter	New Jersey	4,83	
15 Shawn Marion	Phoenix	4,73	

Gráfico 2

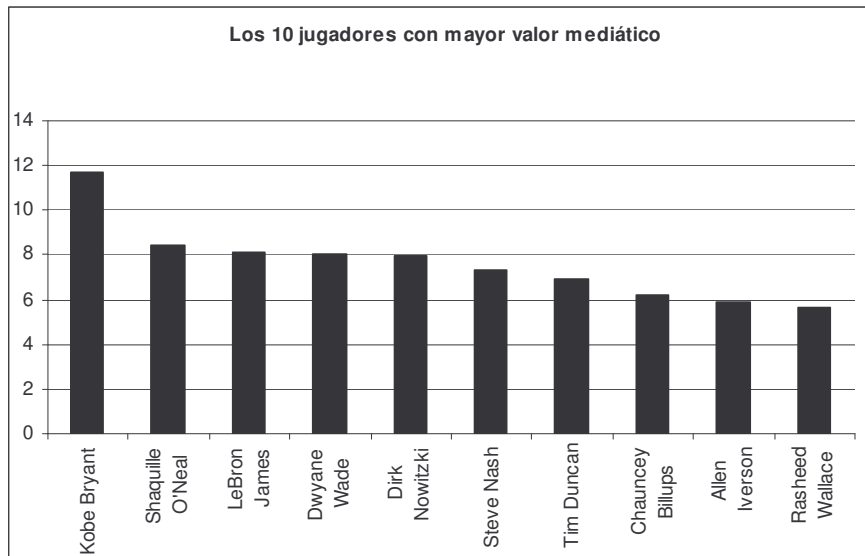


Tabla 10

<i>Rookies (novatos) con mayor valor mediático</i>						
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>N. Draft</i>	<i>Valor Mediático NBA</i>	<i>Posición global</i>	<i>Mundialistas</i>	
1 Chris Paul	New Orleans	4	2,54	49	Sí	
2 Andrew Bogut	Milwaukee	1	1,80	78	Sí	
3 Channing Frye	New York	8	1,32	114		
4 Charlie Villanueva	Toronto	7	1,30	115		
5 Nate Robinson	New York	21	1,24	121		
6 Raymond Felton	Charlotte	5	1,23	123		
7 Deron Williams	Utah	3	1,17	129		
8 Marvin Williams	Atlanta	2	0,87	167		
9 David Lee	New York	30	0,84	171		
10 Danny Granger	Indiana	17	0,73	190		

Tabla 11

<i>Valor Mediático de los mejores no americanos</i>					
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>País</i>	<i>Valor Mediático</i>		<i>Mundialista</i>
			<i>NBA</i>	<i>Posición NBA</i>	
1 Dirk Nowitzki	Dallas	Alemania	7,98	5	Sí
2 Tony Parker	San Antonio	Francia	5,47	11	
3 Manu Ginobili	San Antonio	Argentina	3,94	20	Sí
4 Yao Ming	Houston	China	3,59	26	Sí
5 Boris Diaw	Phoenix	Francia	3,28	31	Sí
6 Pau Gasol	Memphis	España	2,75	44	Sí
7 Peja Stojakovic	Sacramento	Serbia y M	2,01	68	
8 Leandro Barbosa	Phoenix	Brasil	1,97	70	Sí
9 Andres Nocioni	Chicago	Argentina	1,64	87	Sí
10 Nenad Krstic	New Jersey	Serbia y M	1,63	88	
11 Andrei Kirilenko	Utah	Rusia	1,58	92	
12 Mehmet Okur	Utah	Turquía	1,46	97	
13 Zaza Pachulia	Atlanta	Georgia	0,96	150	
14 Primož Brezec	Charlotte	Eslovenia	0,89	160	Sí
15 Darko Milicic	Detroit	Serbia y M	0,88	163	Sí

Tabla 12

<i>Jugadores con mayor incremento de valor mediático durante la temporada regular</i>				
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático</i>		<i>Mundialista</i>
		<i>NBA Inicial</i>	<i>Incremento VM fin temporada regular</i>	
1 Dirk Nowitzki	Dallas	4,11	2,10	Sí
2 Rasheed Wallace	Detroit	3,06	2,02	
3 Vince Carter	New Jersey	3,97	1,99	
4 Shaquille O'Neal	Miami	5,16	1,99	
5 Kobe Bryant	LA Lakers	9,74	1,94	
6 Jerry Stackhouse	Dallas	0,95	1,80	
7 Boris Diaw	Phoenix	1,22	1,78	Sí
8 Elton Brand	LA Clippers	2,74	1,74	Sí
9 Chauncey Billups	Detroit	3,90	1,73	
10 Steve Nash	Phoenix	4,69	1,70	

Tabla 13

<i>Jugadores con mayor incremento de páginas web incluyendo Play-Offs</i>				
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor P. Web NBA Inicial</i>	<i>Incremento P. Web fin Play-Offs</i>	<i>Mundialista</i>
1 Dirk Nowitzki	Dallas	4,36	8,79	Sí
2 Dwyane Wade	Miami	4,24	8,44	Sí
3 Shaquille O'Neal	Miami	5,50	6,36	
4 Steve Nash	Phoenix	4,82	6,28	
5 Boris Diaw	Phoenix	1,16	4,15	Sí
6 Raja Bell	Phoenix	1,09	4,13	
7 Jason Terry	Dallas	1,44	3,83	
8 LeBron James	Cleveland	5,64	3,64	Sí
9 Josh Howard	Dallas	1,19	3,27	
10 Jerry Stackhouse	Dallas	1,39	2,27	

Tabla 14

<i>Entrenadores con mayor valor mediático</i>			
<i>Entrenador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático NBA</i>	<i>Posición global</i>
1 Larry Brown	New York	4,26	18
2 Phil Jackson	LA Lakers	4,07	20
3 Avery Johnson	Dallas	3,42	30
4 Flip Saunders	Detroit	3,16	39
5 Gregg Popovich	San Antonio	2,13	67
6 Mike D'Antoni	Phoenix	2,05	72
7 Mike Brown	Cleveland	1,61	95
8 George Karl	Denver	1,57	100
9 Stan Van Gundy	Miami	1,22	133
10 Rick Carlisle	Indiana	1,15	142

Tabla 15

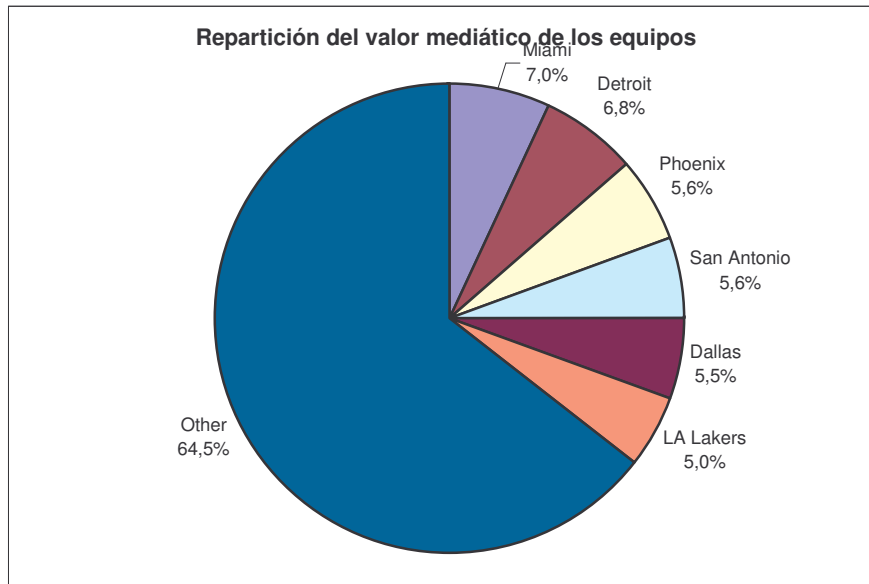
<i>Entrenadores más mediáticos dentro del equipo (porcentaje del Valor Mediático del equipo generado por el entrenador)</i>		
<i>Entrenador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Porcentaje del VM del entrenador</i>
1 Larry Brown	New York	19,88
2 Phil Jackson	LA Lakers	13,90
3 Avery Johnson	Dallas	11,02
4 George Karl	Denver	9,22
5 Nate McMillan	Portland	8,88
6 Flip Saunders	Detroit	8,56
7 Rick Adelman	Sacramento	8,05
8 Byron Scott	New Orleans	7,80
9 Jerry Sloan	Utah	7,51
10 Gregg Popovich	San Antonio	7,14

Tabla 16

*Valor mediático de los equipos.
Top 10*

<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático NBA</i>
1 Miami	34,78
2 Detroit	33,73
3 Phoenix	28,16
4 San Antonio	27,74
5 Dallas	27,62
6 LA Lakers	25,18
7 Cleveland	20,99
8 New Jersey	18,39
9 New York	17,18
10 Indiana	17,04

Gráfico 3



En la tabla 17 mostramos para cada uno de los 30 equipos de la NBA el jugador que ocupa el rol de líder mediático. En la columna 4 indicamos la tasa de dependencia mediática del equipo con respecto a su líder. Con ella se indica el porcentaje del valor mediático total del equipo que es producido por su principal estrella mediática.

Tabla 17

<i>Líder mediático de cada equipo y tasa de dependencia</i>				
<i>Líder</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático NBA del Líder</i>	<i>Tasa de Dependencia del equipo</i>	<i>Mundialista</i>
Kobe Bryant	LA Lakers	11,69	46,4	
LeBron James	Cleveland	8,15	38,8	Sí
Allen Iverson	Philadelphia	5,88	36,3	
Kevin Garnett	Minnesota	3,37	31,1	
Paul Pierce	Boston	3,73	29,2	
Dirk Nowitzki	Dallas	7,98	28,9	Sí
Gilbert Arenas	Washington	3,68	27,5	
Vince Carter	New Jersey	4,83	26,3	
Elton Brand	LA Clippers	4,39	26,0	Sí
Ray Allen	Seattle	2,98	25,9	
Steve Nash	Phoenix	7,29	25,9	
Yao Ming	Houston	3,59	25,8	Sí
Pau Gasol	Memphis	2,75	25,6	Sí
Carmelo Anthony	Denver	3,86	25,0	Sí
Tim Duncan	San Antonio	6,92	24,9	
	Media NBA	4,23	24,6	
Shaquille O'Neal	Miami	8,45	24,3	
Chris Paul	New Orleans	2,54	23,6	Sí
Michael Redd	Milwaukee	2,85	22,9	
Ron Artest	Indiana	3,63	21,3	
Mike Bibby	Sacramento	2,69	20,6	
Chris Bosh	Toronto	2,56	20,6	Sí
Jason Richardson	Golden State	2,38	19,3	
Steve Francis	Orlando	2,30	19,2	
Joe Johnson	Atlanta	2,11	18,7	Sí
Stephon Marbury	New York	3,20	18,6	
Chauncey Billups	Detroit	6,17	18,3	
Ben Gordon	Chicago	2,44	17,7	
Zach Randolph	Portland	1,60	17,7	
Andrei Kirilenko	Utah	1,58	16,2	
Emeka Okafor	Charlotte	1,43	13,8	

8. Pau Gasol en la NBA

- **Pau Gasol ocupa la posición global 44 de la NBA por valor mediático.**
- **Sexto jugador no americano con mayor valor mediático.**
- **Es el 13º alero en valor mediático. Si se le incluye entre los pivots, es el 4º más mediático de la NBA.**
- **Líder mediático de Memphis Grizzlies: genera el 25% de todo el valor mediático del equipo.**
- **Cuarto jugador más mediático de los jugadores del draft 2002.**
- **Jugador número 23 por incremento de valor mediático durante la temporada regular.**
- **Jugador número 32 por incremento de popularidad hasta el final de temporada (incluyendo los play-offs).**
- **En comparación con sus compañeros de Memphis Grizzlies, su valor mediático se ha incrementado en un 50%.**
- **En comparación con la media de los jugadores de la NBA, el valor mediático de Pau Gasol se ha incrementado en un 30%. Llegó a una revalorización máxima del 75% cuando Memphis disputó la primera ronda de los play-offs.**
- **El crecimiento del valor mediático de Pau Gasol está frenado por pertenecer a un equipo con aspiraciones deportivas limitadas.**

バスケット 世界

Hemos ofrecido información abundante en los apartados anteriores sobre el valor mediático de Pau Gasol durante el Mundial. Los resultados mostrados indican claramente que Pau Gasol es una de las principales estrellas mediáticas mundiales en el firmamento del baloncesto. Su categoría de estrella mediática mundial se ha visto definitivamente reforzada con su prestación deportiva durante la competición.

El número de seguidores con que cuenta en España nos lleva a mostrar un análisis más detallado de su evolución mediática en la NBA, durante la temporada 2005-2006. En el apartado anterior hemos mostrado los datos referentes a los 10-15 jugadores de la NBA en

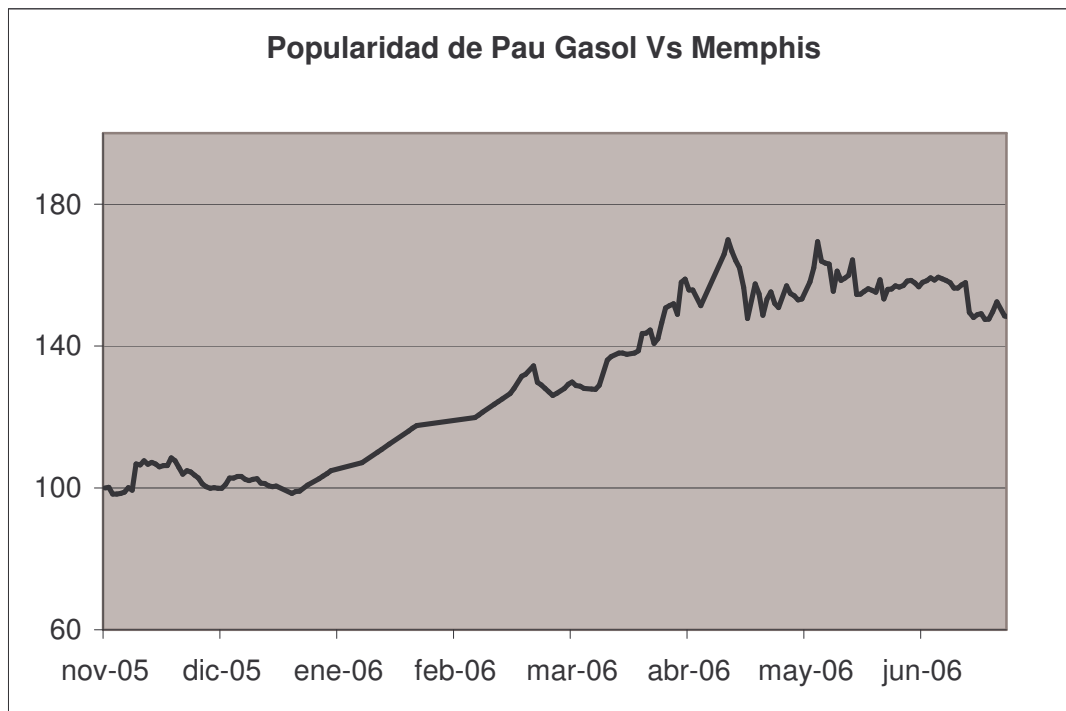
distintas categorías. Damos a continuación los datos referentes a la clasificación de Pau Gasol en cada una de estas categorías, junto con algunas informaciones complementarias.

- Pau Gasol ocupa la posición global 44 de la NBA por valor mediático.
- Es el sexto jugador no americano con mayor valor mediático.
- Es el 13º alero en valor mediático. Si se le incluye entre los pivots, es el 4º más mediático de la NBA.
- Sexto jugador no americano con mayor valor mediático.
- Líder mediático de Memphis Grizzlies: genera el 25% de todo el valor mediático del equipo.
- Cuarto jugador más mediático de los jugadores del draft 2002.
- Jugador número 23 por incremento de valor mediático durante la temporada regular.
- Jugador número 32 por incremento de popularidad hasta el final de temporada (incluyendo los play-offs).

La técnica empleada por ESlrg permite establecer comparaciones de detalle para cualquier jugador de la NBA. Nosotros mostramos en este apartado cómo ha evolucionado el valor mediático de Pau Gasol en comparación con el valor mediático de los jugadores de su equipo, Memphis Grizzlies, así como con la media de los jugadores de la NBA. Este tipo de comparaciones se pueden extender a otros campos (por ejemplo, con respecto a los jugadores no americanos, a la media de los pivots, etc).

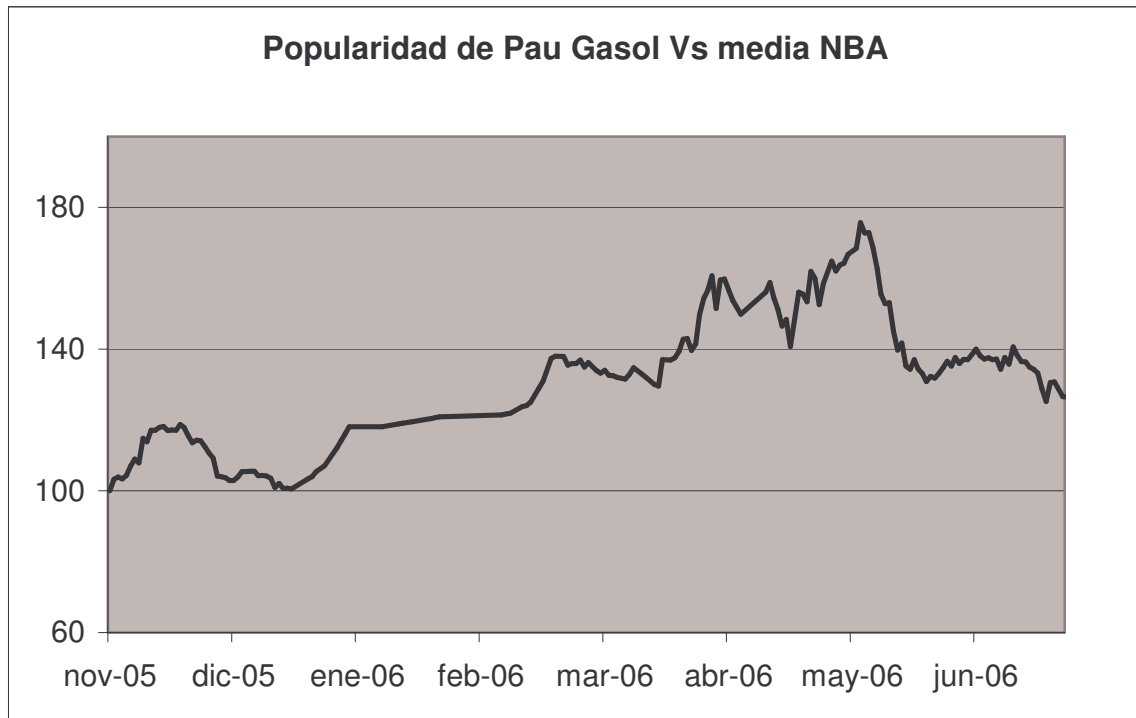
Los resultados recogidos en la gráfico 4 muestran que durante los dos primeros meses de la competición Pau Gasol no despuntó en comparación con sus compañeros. A partir de enero muestra una constante tendencia mediática alcista en comparación con el resto de los jugadores de Memphis, llegando a incrementar su valor relativo en un 70% a mediados de abril, que coincide con el fin de la temporada regular. En mayo el equipo es eliminado, por lo que su posición mediática relativa dentro del equipo ya no sufre modificaciones importantes, aunque se observa un desgaste a final de temporada.

Gráfico 4



La evolución del valor mediático de Pau Gasol en comparación con la media de los jugadores de la NBA (gráfico 5) también aporta enseñanzas interesantes. Se incrementa durante el mes de noviembre, por el buen inicio de temporada de su equipo, mientras que sufre una pérdida de valor mediático relativo durante el mes de diciembre. La temporada regular supone para Gasol una ganancia sostenida de valor mediático en comparación con el resto de jugadores, con una ganancia que se sitúa alrededor del 50% durante el mes de abril. Pau Gasol alcanza su mayor exposición mediática durante los cuatro partidos de play-offs jugados, que le lleva a un pico de 75% de revalorización a principios de mayo. La rápida eliminación de su equipo lleva el peso mediático hacia las estrellas de los equipos que llegan a eliminatorias más avanzadas, perdiendo todo el terreno ganado y situándose en un incremento relativo del valor mediático del 30%. La conclusión es clara: la explosión del valor mediático de Pau Gasol está fuertemente limitada por pertenecer a un equipo con aspiraciones y posibilidades deportivas limitadas. Si jugara en un equipo con potencial para llegar a las últimas rondas de los play-offs su valor mediático se multiplicaría.

Gráfico 5



9. ¿Cómo se mide el valor mediático?

ESlrg Universidad de Navarra ha creado un método propio para evaluar el valor mediático generado por las competiciones deportivas profesionales. El Grupo de Investigación en Economía, Deportes e Intangibles (ESlrg en inglés) estudia desde hace varios años distintas vías para establecer medidas de valores intangibles en el mundo del deporte y del espectáculo, que también se puede extender al mundo empresarial.

La metodología elaborada por ESlrg consiste en el cálculo del nivel de popularidad y notoriedad de cada deportista. La popularidad se estima a través del número de páginas web que hacen referencia directa al jugador y al equipo que pertenece, junto con otros filtros para evitar resultados imprecisos. Esta medida refleja el interés que el deportista genera en todo el mundo entre los aficionados a ese deporte y las instituciones, empresas y prensa especializados. La notoriedad se calcula por el número de noticias que hacen referencia al deportista. La notoriedad refleja el seguimiento que recibe el deportista por la prensa. Esta medida está más directamente ligada a su rendimiento deportivo del momento. En una menor medida en general, las noticias también pueden estar provocadas por factores extradeportivos. En ambos casos la búsqueda de datos se hace en distintos idiomas.

La medida de valor mediático que nosotros proponemos se calcula por combinación de las medidas de popularidad y de notoriedad.

A partir de las medidas de valor mediático individuales se puede estimar el valor de los equipos y otros datos relacionados.

Esta metodología se aplica con éxito desde hace unos años, y ha permitido el seguimiento del valor mediático de competiciones deportivas profesionales en el ámbito del fútbol (Liga española, Liga de Campeones, Mundial de Alemania) y del baloncesto (NBA, y ahora el Mundial de Japón). Estas bases de datos son la fuente que permite llevar a cabo trabajos de investigación para estudiar problemas económicos o empresariales que sólo pueden ser analizados gracias a la existencia de una medida precisa y homogénea de valor mediático. La base de datos permite igualmente la elaboración de rankings de jugadores y equipos en función de su valor mediático, así como su evolución en el tiempo. Recogemos este último tipo de información en la página web de ESlrg (www.unav.es/econom/sport), así como en informes específicos como éste, referido al Mundial de baloncesto de Japón.