

INFORME: EL VALOR MEDIÁTICO DEL MUNDIAL DE BASKET 2006

Lebron James y Estados Unidos, campeones mediáticos provisionales del Mundial de Basket

Pau Gasol (6º), Juan Carlos Navarro (13º), Calderón (19º) y Garbajosa (20º), en la élite mediática mundial.

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)

27 de agosto de 2006

バスケット 世界

INDICE DE CONTENIDOS

1. Resumen ejecutivo	2
2. Los líderes mediáticos del Mundial de basket	5
3. Los jugadores de la Selección de España	8
4. Ranking del valor mediático de las selecciones	9
5. El peso mediático de las ligas nacionales	12
6. ¿Faltan muchas estrellas mediáticas a la cita del Mundial?	15
7. El valor mediático del Mundial de baloncesto en perspectiva	19
8. El valor mediático de la NBA, temporada 2005-2006	22
9. Pau Gasol en la NBA	29
10. ¿Cómo se mide el valor mediático?	33

1. Resumen ejecutivo

Los jugadores mediáticos del Mundial de basket

Lebron James, Carmelo Anthony y Dwyane Wade, grandes dominadores mediáticos del Mundial, gracias en gran parte a su condición de estrellas de la NBA. Entre los 10 mejores hay tres jugadores no americanos: el chino Yao Ming (4º) el alemán Dirk Nowitzki (5º) y el español Pau Gasol (6º). Los 12 jugadores más mediáticos del Mundial juegan en la NBA. España tiene a otros tres jugadores entre los 20 más mediáticos del mundo: Juan Carlos Navarro (13º) y José Calderón (19º) y Jorge Garbajosa (20º). Reyes, Jiménez, y Cabezas se sitúan entre los 30 más mediáticos. La clasificación se ha actualizado tras los partidos de octavos de final.

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

Las selecciones y las ligas nacionales

Abrumador dominio mediático de la selección de Estados Unidos, con 86 puntos. España es la segunda selección más mediática del Mundial, con 36 puntos. A gran distancia se disputan la tercera plaza varias selecciones, con 15-20 puntos: Francia, Alemania, Argentina y China.

Se puede calcular también el valor mediático de las ligas nacionales a través de los mundialistas que militan en sus filas. La NBA es la única competición de valor mediático global, puesto que sus 38 mundialistas generan 160 puntos.

La segunda liga del mundo es la ACB española. Sus 33 mundialistas generan 42 puntos. Está todavía a gran distancia mediática de la NBA, pero es sin duda la liga de las estrellas en Europa, ya que la siguiente liga más potente es la italiana, que sólo genera 11,5 puntos, a pesar de contar con 23 mundialistas. La ACB española es la liga europea que concentra más mundialistas, y con una mayor calidad media en términos mediáticos. Se puede observar también la emergencia mediática de la liga rusa (a pesar de que Rusia no se clasificó para la competición, cuenta con 11 mundialistas).

Los jugadores de la NBA acaparan el 58% del valor mediático del Mundial, y los de la ACB, el 15%.

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.

Pau Gasol es el 44º jugador más mediático de la NBA, y el sexto entre los no americanos. Sin duda ascenderá posiciones gracias a su participación en el Mundial. 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.

El peso mediático del Mundial de basket en perspectiva

Los estudios anteriores realizados por ESlrg permiten hacer comparaciones de valor mediático del Mundial de basket con otras competiciones. Hay que tener en cuenta que sólo hemos alcanzado las primeras eliminatorias, y que el valor mediático del Mundial crecerá con el avance de la competición. Teniendo esto en cuenta, hasta el momento, el valor mediático es 4 veces inferior al de la NBA en término de páginas web por jugador, y 2,5 veces inferior en término de noticias generadas.

El impacto mediático del Mundial de fútbol fue 13 veces superior al del Mundial de basket a estas alturas de la competición, y 30 veces superior si lo comparamos con la situación al final del Mundial de fútbol. El fútbol sigue siendo el deporte rey en términos de valor mediático mundial.

Más información sobre el valor mediático del Mundial de basket

La información contenida en este informe, así como la presentación de datos más detallados y su actualización a lo largo de la competición se puede encontrar en la sección "FIBA" de la página web de ESlrg (www.unav.es/econom/sport).

Sobre ESlrg Universidad de Navarra y la técnica empleada

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.

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. La notoriedad se calcula por el número de artículos de prensa 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.

A partir de las medidas de valor mediático individuales se estima 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 analizar problemas económicos o empresariales que sólo pueden ser estudiados gracias a la existencia de una medida precisa 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.

Próximas citas:

- ✓ **8 de septiembre:** Nota de prensa e **informe final** sobre el valor mediático del **Mundial de Basket** (en la página web de ESlrg, www.unav.es/econom/sport)
- ✓ **10 de septiembre:** Nota de prensa e **informe** sobre el valor mediático de los jugadores y equipos de la **Liga de Campeones de Fútbol**, temporada 2005-2006.

2. Los líderes mediáticos del Mundial de basket

- **Los jugadores más mediáticos del Mundial son los americanos Lebron James, Carmelo Anthony y Dwyane Wade.**
- **Yao Ming, Dirk Nowitzki y Pau Gasol entre los Top 10**
- **La selección española coloca a 4 jugadores entre los 20 mejores. Pau Gasol (6º), Juan Carlos Navarro (13º), José Calderón(19º) y Jorge Garbajosa (20º)**
- **Todos los jugadores del Top 10 mediático juegan en la NBA**
- **11 jugadores de la selección americana se sitúan entre los 20 mejores.**
- **Entre los 40 jugadores con mayor valor mediático hay representantes de Estados Unidos (12), España (7), Francia (7), Argentina (3), Alemania (3), Brasil (3), China (1), Puerto Rico (1), Panamá (1), Australia (1) y Nueva Zelanda (1).**
- **La clasificación mediática del Mejor Jugador Joven está liderada por el americano Chris Bosh. Rudy Fernández ocupa la sexta posición.**

バスケット 世界

Como se ha dicho, los cálculos de valor mediático incluyen los 5 partidos de la ronda preliminar y el partido de octavos de final. Se trata por lo tanto de una clasificación provisional, que se modificará a medida que vayan siendo eliminadas las distintas selecciones.

En estos momentos, y tal como recoge la tabla 1, la clasificación de valor mediático está sólidamente liderada por Lebron James, alero de la selección americana. Alcanza un valor global de 15,6 puntos. Esto significa que tiene un valor mediático que es casi 16 veces superior al de la media de los jugadores del Mundial.

El trío de cabeza está completado por otros dos jugadores americanos: Carmelo Anthony y Dwyane Wade

Entre los diez jugadores más mediáticos del Mundial encontramos a representantes de otros tres países: Yao Ming (China, 4º), Dirk Nowitzki (Alemania, 5º) y Pau Gasol (España, 6º).

Es evidente que las seis 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 hasta el momento. Por ejemplo, Ming, Nowitzki y Gasol copan las tres primeras posiciones en el capítulo anotador tras los partidos de la fase preliminar. Entre los 10 mejores anotadores encontramos también a Anthony y Wade. De nuevo Ming, Nowitzki y Gasol se sitúan entre los mejores 6 reboteadores. Pero la temprana eliminación de China hará perder puestos a Yao Ming en la clasificación final.

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 el momento. Sino no se justificaría la posición de líder global que ocupa Lebron James, puesto que en el apartado de anotadores sólo ocupa la posición 23, la novena posición por asistencias y la séptima posición por robos de balón.

Tabla 1

Ranking de los 20 jugadores con más valor mediático del Mundial de basket

	<i>Jugador</i>	<i>Selección</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Liga</i>
1	Lebron JAMES	Estados Unidos	15,60	NBA
2	Carmelo ANTHONY	Estados Unidos	12,63	NBA
3	Dwyane WADE	Estados Unidos	11,62	NBA
4	Yao MING	China	11,38	NBA
5	Dirk NOWITZKI	Alemania	8,98	NBA
6	Pau GASOL	España	7,94	NBA
7	Chris BOSH	Estados Unidos	6,74	NBA
8	Elton BRAND	Estados Unidos	5,88	NBA
9	Dwight HOWARD	Estados Unidos	5,82	NBA
10	Kirk HINRICH	Estados Unidos	5,47	NBA
11	Shane BATTIER	Estados Unidos	5,31	NBA
12	Chris PAUL	Estados Unidos	5,19	NBA
13	Juan Carlos NAVARRO	España	4,70	Esp
14	Manuel GINOBILI	Argentina	4,62	NBA
15	Antawn JAMISON	Estados Unidos	4,29	NBA
16	Carlos ARROYO	Puerto Rico	4,22	NBA
17	Joe JOHNSON	Estados Unidos	4,21	NBA
18	Andrés NOCIONI	Argentina	4,08	NBA
19	Jose CALDERON	España	4,06	NBA
20	Jorge GARBAJOSA	España	3,80	Esp

Entre los 20 jugadores más mediáticos encontramos representantes de 6 selecciones. Estados Unidos consigue colocar a 11 de sus 12 sus representantes. España sitúa a cuatro de sus jugadores entre los mejores 20 del mundo: Pau Gasol, Juan Carlos Navarro,

José Calderón y Jorge Garbajosa. Argentina tiene dos jugadores. El resto de selecciones tienen sólo un representante: China, Alemania y Puerto Rico. 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 Ming, Nowitzki y Gasol.

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 18 de los 20 jugadores más mediáticos. Sólo dos estrellas mediáticas de calibre mundial juegan fuera de Estados Unidos: ambos juegan en la liga ACB española, por el momento (Garbajosa jugará en la NBA a partir de esta temporada).

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, pero va a ser penalizado en la clasificación final con la pronta eliminación de su selección.

Rudy Fernández ocupa por el momento una prometedora sexta posición.

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	6,74
2	Chris PAUL	Estados Unidos	5,19
3	Leandro BARBOSA	Brasil	3,50
4	Ronny TURIJAF	Francia	2,68
5	Marco Stefano BELINELLI	Italia	2,01
6	Rudy FERNANDEZ	España	1,74
7	Tiago SPLITTER	Brasil	1,56
8	Johan PETRO	Francia	1,26
9	Mickael GELABALE	Francia	1,21
10	Brad NEWLEY	Australia	0,71
11	Nikos ZISIS	Grecia	0,71
12	Jianlian YI	China	0,56

3. Los jugadores de la Selección de España

- **Pau Gasol, líder de la selección española, en la élite mediática mundial.**
- **4 jugadores se sitúan entre los 20 mejores; 7 entre los 30 mejores.**
- **Los 12 jugadores se sitúan entre los 100 jugadores más mediáticos del Mundial.**
- **Los 7 mejores de la selección superan a estrellas mediáticas de la NBA como 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 la sexta posición global. Entre los mejores del mundo encontramos a Navarro, Calderón, Garbajosa y Reyes. De hecho, si excluimos a los jugadores de la selección de Estados Unidos (datos de la columna 5), 7 jugadores españoles se sitúan entre los 15 jugadores más mediáticos del Mundial.

Todos los jugadores salvo Marc Gasol y Berni Rodríguez 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 100 jugadores.

Tabla 3

<i>Ranking mediático de los jugadores de la Selección Española</i>				
<i>Jugador</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Clasificación General</i>	<i>Clasificación sin USA</i>	<i>Liga</i>
1 Pau GASOL	7,94	6	3	NBA
2 Juan Carlos NAVARRO	4,70	13	5	ACB
3 Jose CALDERON	4,06	19	8	NBA
4 Jorge GARBAJOSA	3,80	20	9	ACB
5 Felipe REYES	3,55	21	10	ACB
6 Carlos JIMENEZ	3,05	25	13	ACB
7 Carlos CABEZAS	3,02	26	14	ACB
8 Rudy FERNANDEZ	1,74	38	26	ACB
9 Alex MUMBRU	1,29	54	42	ACB
10 Sergio RODRIGUEZ	1,19	65	53	ACB
11 Marc GASOL	0,94	81	69	ACB
12 Berni RODRÍGUEZ	0,90	87	75	ACB

4. Ranking del valor mediático de las selecciones

- **Dominio aplastante de la selección de Estados Unidos.**
- **Sólida segunda plaza para la selección española.**
- **Estados Unidos, España y China, las selecciones con más jugadores en la liga local.**
- **Entre las más mediáticas ya hay selecciones eliminadas en la primera fase, por lo que perderán posiciones a lo largo de la competición: China, Puerto Rico, Italia y Brasil.**
- **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 85,5 puntos. Es la gran dominadora del Mundial, puesto que está 50 puntos por encima de su más inmediata perseguidora, que es la selección de España, con 36 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.

La segunda posición que ocupa España es también sólida, puesto que supera en más de un 70% el valor mediático al tercer clasificado, que es Francia. Conviene subrayar que esta segunda plaza 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 Francia (sólo 4 jugadores sobre 12 en la liga local), Alemania (5 sobre 12) o Argentina (1 de 12).

Francia ocupa la tercera posición 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 campeón vigente. De hecho ocupa una pobrísima 18ª 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

Ranking del Valor Mediático de las Selecciones

<i>Selección</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Situación</i>
1 Estados Unidos	85,56	Clasificada
2 España	35,93	Clasificada
3 Francia	19,69	Clasificada
4 Alemania	17,75	Clasificada
5 Argentina	17,62	Clasificada
6 China	17,05	Eliminada 1/8
7 Puerto Rico	9,87	Eliminada RP
8 Italia	9,28	Eliminada 1/8
9 Brasil	8,55	Eliminada RP
10 Nueva Zelanda	8,17	Eliminada RP
11 Australia	7,90	Eliminada 1/8
12 Eslovenia	7,18	Eliminada 1/8

Completamos la información sobre las selecciones con los datos de la Tabla 5. Concentramos el análisis en las 6 selecciones más mediáticas, que por lo tanto tienen más posibilidades de llegar lejos en la competición. 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 se hace alrededor de un sólo jugador. Poco puede hacer un jugador, por muy determinante que sea, 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. 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. De hecho China ya ha sido eliminada de la competición

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	85,57	22,04
2 España	35,94	22,95
3 Francia	19,69	19,10
4 Alemania	17,76	48,60
5 Argentina	17,62	48,96
6 China	17,05	79,81

5. El peso mediático de las ligas nacionales

- **La NBA, la única competición de 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 58% del impacto mediático del mundial; los de la ACB, el 15%.**
- **Las otras grandes ligas europeas (Italia, Alemania, Francia, Grecia) quedan a gran distancia de la ACB.**
- **Notable pérdida de valor mediático de ligas clásicas como la griega y la turca.**
- **Ligas mediáticas emergentes: Rusia, Francia**

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 161 puntos. La segunda liga más mediática del mundo es la ACB española, que suma 42 puntos. Es decir, los jugadores de la NBA generan en el mundial un valor mediático que es cuatro veces superior al de su inmediato seguidor. La diferencia de poder mediático 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 42 puntos de España, la liga italiana, tercera en liza, no genera más que 11,5 puntos, es decir casi 4 veces menos que la ACB.

A estas tres ligas le siguen un grupo muy igualado de 5 ligas, de Europa (Alemania, Francia y Rusia), América del Sur (Brasil) y Oceanía (Australia).

Pero son básicamente las tres primeras ligas (NBA, ACB e Italia) 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, muchas veces mayoritariamente de base nacional.

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 4,23 puntos, frente a los 1,28 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 Italia y Alemania, pero esos resultados son poco significativos porque se sustentan en muy pocos jugadores. Sorprende ver la baja calidad media de los mundialistas que militan en la competición italiana, ya que de media es 2,5 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.

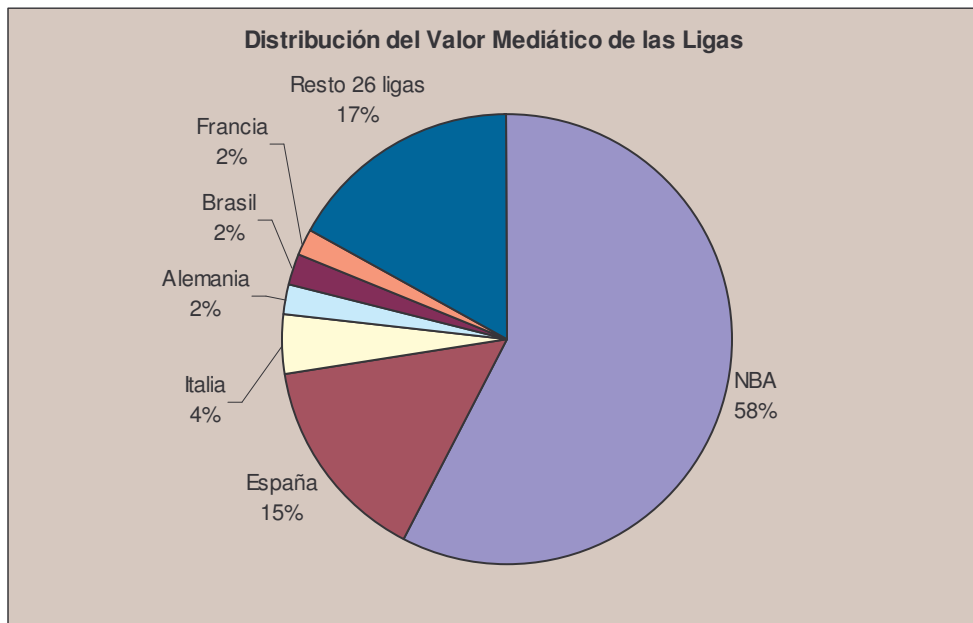
Tabla 6

<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	160,71	38	4,23
2	ACB, España	42,16	33	1,28
3	Italia	11,44	23	0,50
4	Rusia	6,12	11	0,56
5	Francia	6,00	10	0,60
6	China	5,79	10	0,58
7	Alemania	5,56	7	0,79
8	Australia	5,54	12	0,46
9	Venezuela	4,71	13	0,36
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 58% del valor mediático del Mundial. Le sigue a distancia la liga española, que producen el 15% del valor mediático. Ninguna otra liga tiene un poderío similar a americana o la española, puesto que generan como mucho el 5% 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 es una de las más potentes con la que puede contar actualmente, 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 6 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 7 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). 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).

Estados Unidos ha enviado por lo tanto una buena selección al Mundial, casi óptimo en su cinco inicial, aunque mejorable en lo que se refiere al conjunto del banquillo.

Tabla 7

Valor Mediático en la NBA de los Americanos Mundialistas

<i>Jugador</i>	<i>Mundialista</i>	<i>Razón ausencia</i>	<i>Valor Mediático en Mundial</i>	<i>Posición en el Mundial</i>	<i>Valor Mediático en NBA</i>	<i>Posición en NBA</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kobe BRYANT	NO	Lesión			11,69	1
Lebron JAMES	SÍ		18,80	1	8,15	3
Dwyane WADE	SÍ		13,99	3	8,01	4
Shawn MARION	NO	Lesión			4,73	15
Elton BRAND	SÍ		6,70	8	4,39	17
Carmelo ANTHONY	SÍ		14,97	2	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		8,17	7	2,56	48
Chris PAUL	SÍ		6,23	12	2,54	49
Antawn JAMISON	SÍ		5,21	15	2,34	54
Kirk HINRICH	SÍ		6,81	10	2,32	55
Dwight HOWARD	SÍ		7,09	9	2,20	59
Joe JOHNSON	SÍ		4,85	17	2,11	63
Bruce BOWEN	NO	S. D.			1,99	69
Brad MILLER	SÍ		3,98	23	1,77	80
Shane BATTIER	SÍ		6,17	11	1,07	139

Cabe notar que el Mundial se está convirtiendo 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 en estos momentos es el segundo jugador más mediático de la selección y del Mundial. Este resultado es lógico, puesto que es en estos momentos el máximo anotador de la selección

americana. Otros beneficiados mediáticos son Dwight Howard y Shane Battier. En el lado opuesto, pierden peso relativo Elton Brand y Antawn Jamison.

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 entre los 10 más mediáticos. De los 8 ausentes, la causa para 3 de ellos es que su país no se ha clasificado para el Mundial; en otros 3 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 de esta selección, vigente campeona del mundo y eliminada en octavos de final por España. Otro jugador 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>Posición Mundialista</i>	<i>Razón ausencia</i>	<i>VM Mundial</i>	<i>Posición Mundial</i>
1 Dirk Nowitzki	Alemania	7,98	5	Sí		8,97	5
2 Tony Parker	Francia	5,47	11	No	Lesión		
3 Manu Ginobili	Argentina	3,94	20	Sí		4,62	14
4 Yao Ming	China	3,59	26	Sí		11,37	4
5 Boris Diaw	Francia	3,28	31	Sí		2,92	27
6 Pau Gasol	España	2,75	44	Sí		7,94	6
7 Peja Stojakovic	Serbia y M	2,01	68	No	Renuncia		
8 Leandro Barbosa	Brasil	1,97	70	Sí		3,50	22
9 Andres Nocioni	Argentina	1,64	87	Sí		4,08	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		1,36	51
15 Darko Milicic	Serbia y M	0,88	163	Sí		1,45	48
16 Mickael Pietrus	Francia	0,77	180	Sí		0,95	79
17 Vladimir Radmanovic	Serbia y M	0,75	184	No	Renuncia		
18 Anderson Varejao	Brasil	0,75	186	Sí		1,68	41
19 Carlos Arroyo	Puerto Rico	0,72	193	Sí		4,21	16

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 provisional de ganadores y perdedores de valor mediático gracias al Mundial. 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. Ganan posiciones también Yao Ming y Pau Gasol, lo que en este caso sí que se corresponde con su rendimiento deportivo en el Mundial. Por el momento es un mal Mundial en término de rendimiento mediático para Manu Ginobili y para 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 del Mundial de baloncesto en perspectiva

- **La metodología empleada permite establecer comparaciones entre el valor mediático del Mundial de basket y el de otras competiciones**
- **Las comparaciones son provisionales, puesto que el Mundial de basket va a generar aun mucho valor mediático adicional.**
- **La NBA tiene un valor mediático superior al Mundial de basket (3,2 veces más de páginas web por jugador; 1,5 veces más de noticias por jugador).**
- **El Mundial de fútbol tiene un valor mediático claramente superior al de baloncesto. En la misma fase de la competición había generado 13,3 veces más de páginas web y 1,8 veces más de noticias.**

バスケット 世界

Como se ha explicado, el valor mediático de cada jugador se calcula por la combinación de las páginas web que genera (medida de popularidad) y las noticias en las que se le menciona (medida de notoriedad). Para calcular el valor de cada jugador, aplicamos ciertos filtros para asegurarnos de que tanto las páginas web como las noticias hagan efectivamente referencia al deportista y a la competición que estamos examinando, y que los resultados no se contaminen con páginas web o noticias que no le pertenecen. Esto lleva a que el número real de páginas web y noticias que cada deportista genera son muy superiores a las que nosotros identificamos.

Este hecho no tiene ninguna importancia para la coherencia y la solidez de los resultados que proponemos en este estudio, porque lo único que interesa es conocer el valor mediático de un deportista con respecto al resto de los participantes en la competición. En este sentido, tenemos medidas perfectamente homogéneas para todos los participantes.

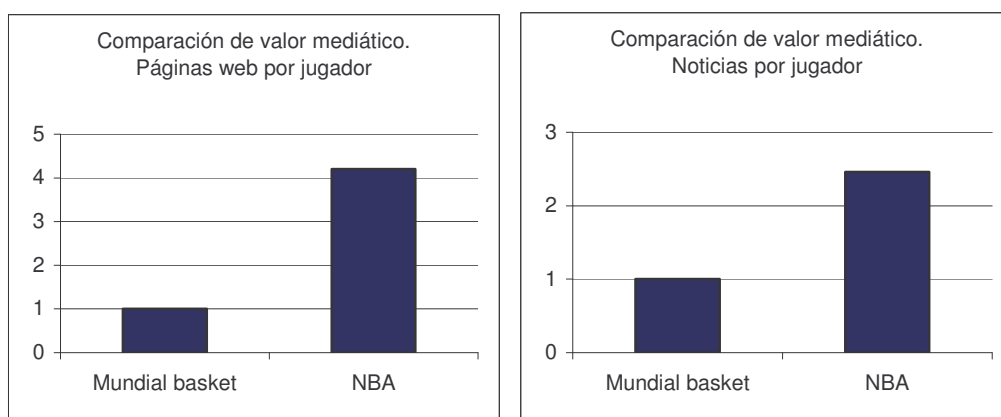
Dado que hemos aplicado esta metodología anteriormente al caso de la NBA y al Mundial de fútbol de Alemania siguiendo exactamente los mismos criterios que empleamos aquí podemos establecer comparaciones entre el impacto mediático del Mundial de baloncesto y el de la NBA y del Mundial de fútbol.

La primera comparación que establecemos pone en relación el valor mediático del Mundial con la NBA, que es la máxima competición nacional existente en el mismo deporte. No podemos hacer comparaciones con la Euroliga porque no tenemos esos datos a

disposición. Hemos separado los dos componentes de la medida de valor mediático: el número de páginas web por jugador y el número de noticias generadas por jugador.

Los datos de la tabla 9 nos indican que la NBA tiene un impacto mediático superior al del Mundial de baloncesto. De todas maneras hay que esperar al final de la competición para sacar conclusiones, puesto que es en la fase final de la competición cuando se genera mayor atracción mediática. Con los datos hasta los partidos de octavos de final podemos constatar que la NBA genera 3,2 veces más páginas web y 1,5 veces más de noticias por jugador.

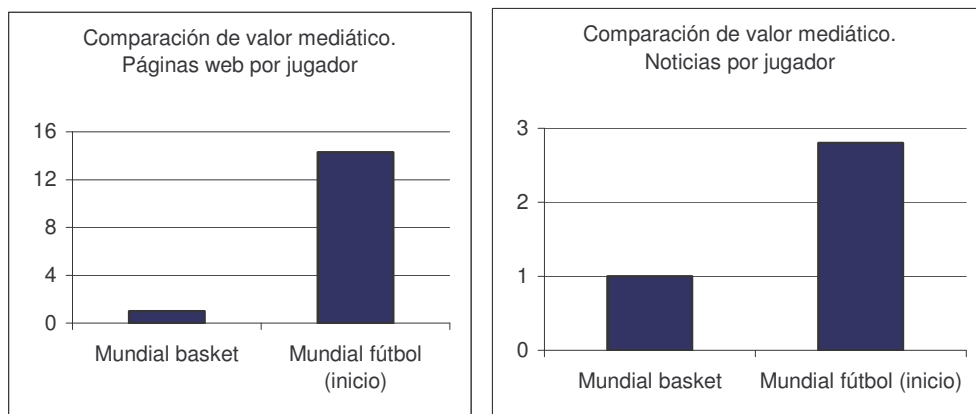
Tabla 9



Podemos comparar también el valor mediático del Mundial de basket con otra competición similar, pero de otro deporte de masas: el fútbol.

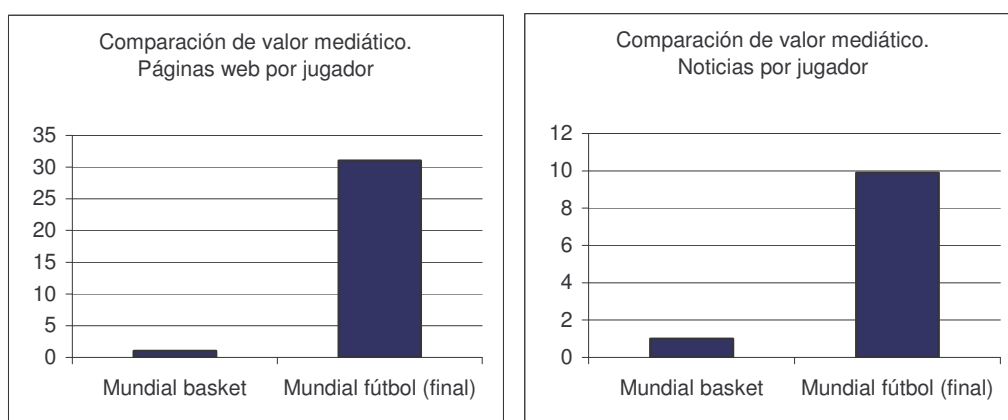
En la tabla 10 mostramos la comparación de valor mediático al inicio de ambas competiciones. El impacto del Mundial de fútbol de Alemania es muy superior en términos de popularidad (número de páginas web), puesto que es 13,3 veces superior. La diferencia no es tan importante si nos referimos a las noticias generadas por los jugadores (1,8 veces superior en el Mundial de fútbol).

Tabla 10



Las diferencias de valor mediático se agrandan mucho más si comparamos el valor mediático del Mundial de basket en su actual situación intermedia con la que se alcanzó con el Mundial de fútbol al final de la competición. Tal como se refleja en la tabla 11, el número de páginas web es 30 veces superior en el caso del fútbol, al igual que con las noticias, que son 8,9 veces superiores.

Tabla 11



Estos datos sugieren por un lado la supremacía del fútbol con respecto a otros deportes como espectáculo de masas con un impacto mediático global. Es sin duda el deporte rey. También indican estos resultados el incremento previsible de valor mediático que va a generar el Mundial de basket en los jugadores que lleguen a las últimas fases, si tomamos como referencia el crecimiento de valor mediático experimentado en el Mundial de fútbol.

8. 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 una somera presentación de 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 12

<i>Ranking de los 15 jugadores con mayor valor mediático</i>			
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático</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

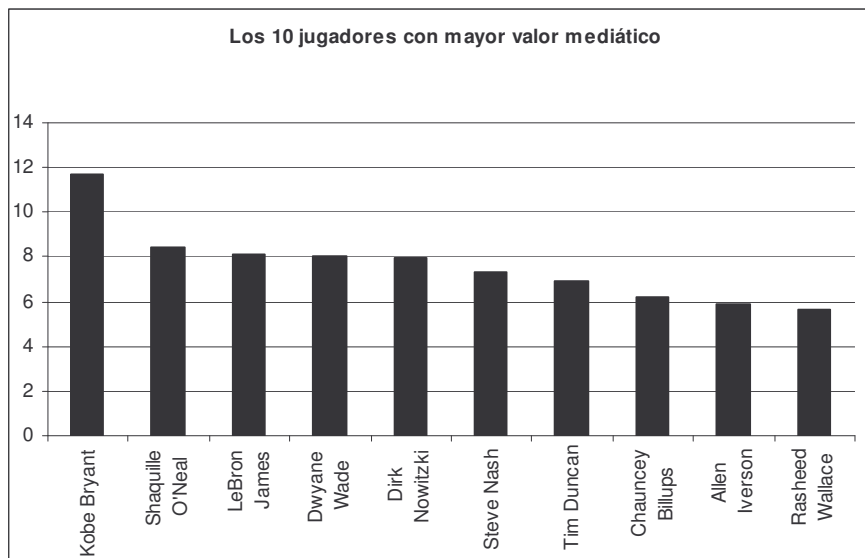


Tabla 13

Rookies (novatos) con mayor valor mediático

<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>N. Draft</i>	<i>Valor Mediático</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 14

<i>Valor Mediático de los mejores no americanos</i>					
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>País</i>	<i>Valor Mediático</i>	<i>Posición NBA</i>	<i>Mundialista</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 15

<i>Jugadores con mayor incremento de valor mediático durante la temporada regular</i>				
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático Inicial</i>	<i>Incremento VM fin temporada regular</i>	<i>Mundialista</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 16

<i>Jugadores con mayor incremento de páginas web incluyendo Play-Offs</i>				
<i>Jugador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor P. Web</i>		<i>Mundialista</i>
		<i>Inicial</i>	<i>fin Play-Offs</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 17

<i>Entrenadores con mayor valor mediático</i>			
<i>Entrenador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático</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 18

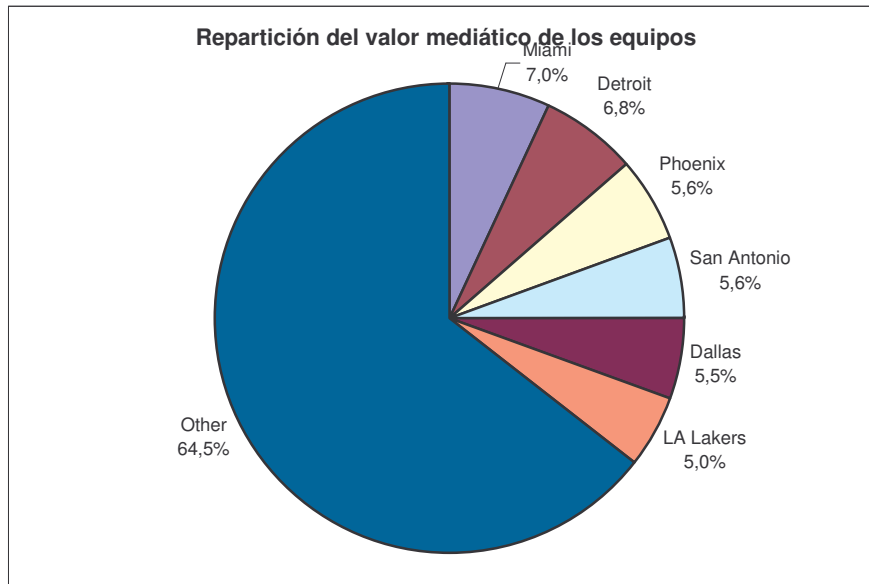
<i>Entrenadores más mediáticos dentro del equipo (porcentaje del Valor Mediático del equipo generado por el entrenador)</i>		
<i>Entrenador</i>	<i>Equipo</i>	<i>Porcentaje del VM del entrenador</i>
1 Larry Brown	New York	19,88
2 Phil Jackson	LA Lakers	13,90
3 Avery Johnson	Dallas	11,02
4 George Karl	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 19

*Valor mediático de los equipos.
 Top 10*

<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático</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 el gráfico 20 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 20

<i>Líder mediático de cada equipo y tasa de dependencia</i>				
<i>Líder</i>	<i>Equipo</i>	<i>Valor Mediático 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	

9. 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.

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

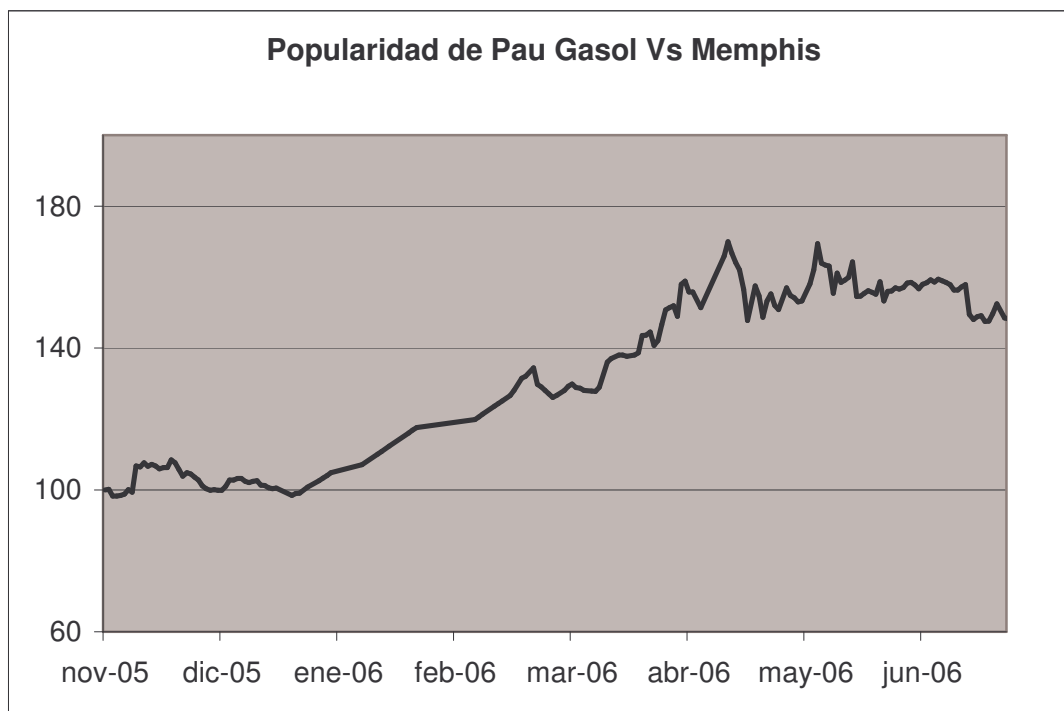
distintas categorías. Damos a continuación los datos referentes a la clasificación de Pau Gasol en cada una de estas categorías, junto con algunas informaciones complementarias.

- 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 ESIrg 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).

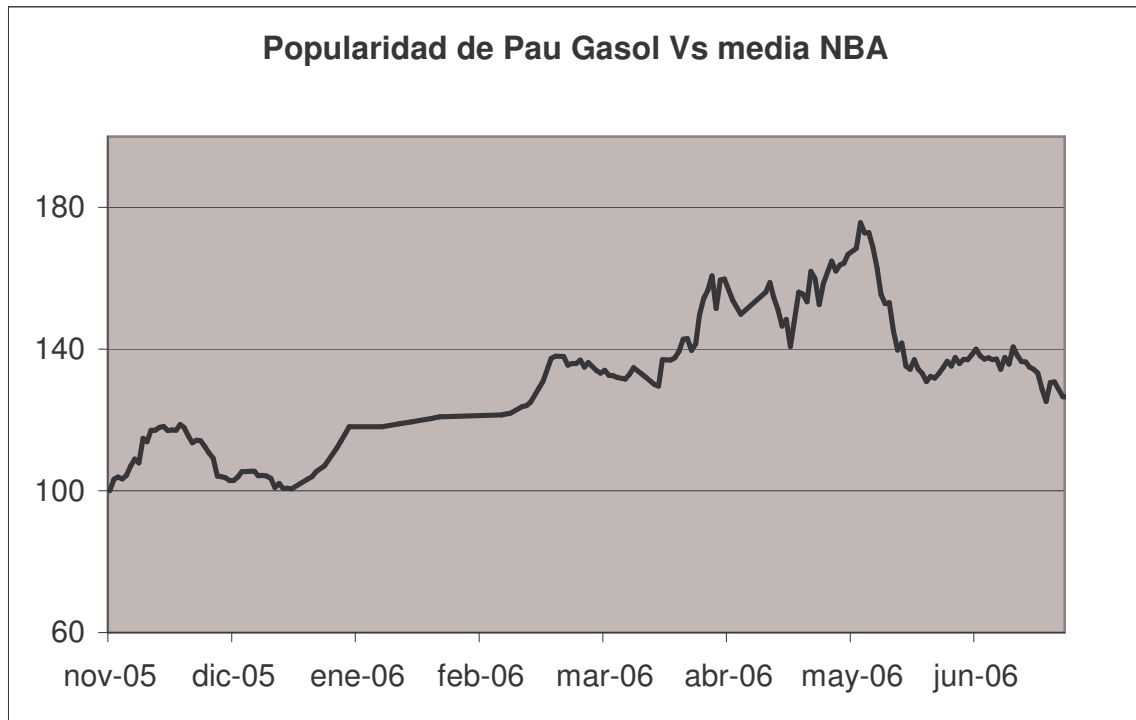
Los resultados recogidos en la gráfico 4 muestran que durante los dos primeros meses de la competición Pau Gasol no despuntó en comparación con sus compañeros. A partir de enero muestra una constante tendencia mediática alcista en comparación con el resto de los jugadores de Memphis, llegando a incrementar 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 mundial 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



10. ¿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 artículos de prensa 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 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.