



Según un estudio de Personality Media

## **Antena 3 y laSexta, las cadenas más cercanas y rigurosas en la gestión informativa de la pandemia**

**Este estudio sobre la gestión de la información en la crisis del Covid-19, en el que han participado más de 5.000 personas, mantiene a la televisión como el medio preferido para informarse**

**Por cadenas, Antena 3, laSexta y La 1 son percibidas como "más cercanas y rigurosas" a la hora de abordar la información durante la pandemia**

**Este informe pone de relevancia, una vez más, a Atresmedia TV como referente informativo. Antena 3 Noticias ha concluido la presente temporada como los informativos líderes de la televisión mientras que laSexta Noticias ha cerrado con sus mejores registros históricos**

**24/07/2020**

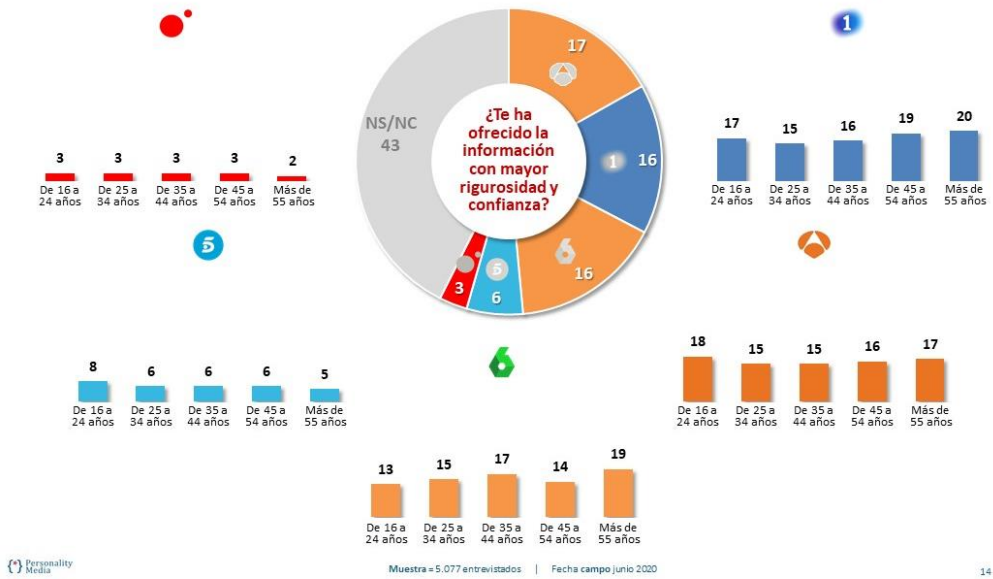
**ATRESMEDIA TV** mantiene su posición de liderazgo y referencia informativa. Así lo muestran las audiencias y también los diferentes estudios realizados. En el último, llevado a cabo por la consultora **Personality Media**, sitúa al Grupo como el que mejor gestión informativa ha llevado a cabo durante la pandemia de Covid-19.

Según este estudio, en el que han participado 5.077 personas representativas de toda la sociedad española, **Antena 3** y **laSexta** han sido las cadenas mejor valoradas a preguntas como *quién ha hecho mejor gestión de la crisis, quien se ha volcado más con la actualidad, quién ha mostrado más cercanía con el espectador, cuáles han sido los mejores informativos, o quién ha ofrecido más rigor y confianza.*

La posición de privilegio de **Antena 3** y **laSexta** -junto con La 1, también valorada positivamente- contrasta con los resultados alcanzados por Telecinco o Cuatro, cuya gestión informativa de la crisis sanitaria aparece muy penalizada por los encuestados.



Desde el inicio de la crisis sanitaria del Covid-19, indica las cadenas de televisión que...



Cabe destacar también la valoración y el seguimiento de **Antena 3 Noticias**. Según los resultados del estudio de Personality Media, los informativos de **Antena 3**, son los de mayor seguimiento, a mucha distancia de los informativos y programas de actualidad de las cadenas de Mediaset. Buenos registros también para La 1 y **laSexta**.

Desde el inicio de la crisis sanitaria del Covid-19, indica las cadenas de televisión que...



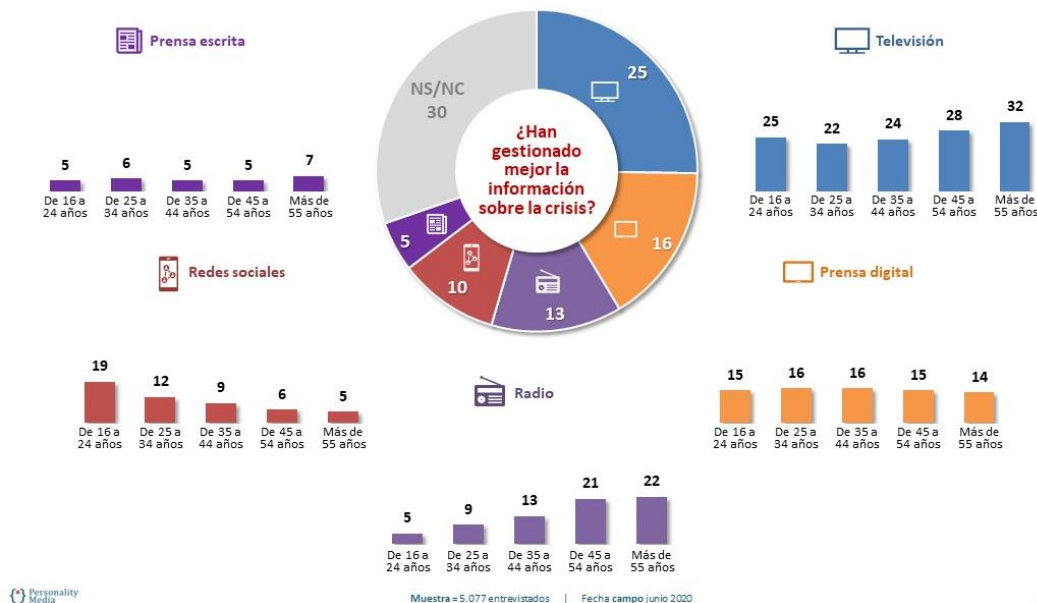


## La televisión en abierto, hegemonía informativa

Entre los medios valorados por los participantes en el estudio, la televisión vuelve a situarse en primera posición, siendo el medio que más rigor, fiabilidad y confianza ofrece.

A cuestiones como *¿qué medio ha gestionado mejor la crisis?* o *¿qué medio se ha volcado más con la actualidad de esta?*, la televisión es elegida como el medio de mayor peso. El espectador elige a la televisión también como el medio más cercano y en el que se ha seguido mayoritariamente los informativos, que a su vez son valorados como los de mayor rigor y confianza.

Desde el inicio de la crisis sanitaria del Covid-19, indica cuál de los siguientes medios...



## ATRESEMEDIA TV, liderazgo informativo

En una temporada marcada por la actualidad informativa, **ATRESEMEDIA TV** vuelve a ser el grupo elegido por los espectadores como referente y líder indiscutible de credibilidad y confianza. En este curso, **Antena 3 Noticias** (15,3% y 2.178.000 espectadores) repiten como los informativos líderes y alcanzan su mejor resultado en 11 años. **laSexta Noticias** (10,7% y 1.297.000 espectadores) alcanza la mejor temporada de su historia.

En lo que va de 2020, los informativos de **Antena 3** reafirman su liderazgo informativo promediando más de 2,3 millones de espectadores.

Los informativos de **laSexta** han cerrado el curso televisivo con un 10,7% de cuota media y 1.308.000 espectadores, lo que supone el mejor resultado de su historia en una temporada cargada de importantes acontecimientos noticiosos.



### **Acerca de Personality Media**

Personality Media asesora a Agencias de Publicidad, Agencias de Medios, anunciantes, a productoras e incluso a los propios personalities sobre la imagen y relevancia de las cadenas de televisión en España, así como su programación y profesionales. Desde el año 2005, cada seis meses, realiza un estudio de mercado en el que pregunta a más de 40.000 panelistas mayores de 14 años por el conocimiento y valores que les transmiten las personalidades conocidas por el gran público. Y, a día de hoy, ya son más de 2.700 personalities los analizados.

Para el presente estudio, Personality Media ha utilizado una muestra de 5.077 individuos, El estudio se ha realizado en España en junio 2020, se ha llevado a cabo mediante Metodología Cuantitativa, a través de entrevistas CAWI (Computer Assisted Web Interview).