

## Sara Carbonero, más conocida pero menos querida

Marta Pino.- La consultoría Personality Media ha realizado un análisis de la evolución de las valoraciones que Sara Carbonero recibe por parte del público. Según sus resultados, la presentadora de Telecinco es ahora más conocida, pero su valoración ha descendido en los últimos seis meses.

SEGUN UN ESTUDIO REALIZADO POR LA CONSULTORIA "PERSONALITY MEDIA"  
SARA CARBONERO,

MAS CONOCIDA PERO MENOS QUERIDA

SU VALORACION MEDIA, EN DICIEMBRE DEL AÑO PASADO, ERA DE 7,3 PUNTOS SOBRE 10 Y AHORA HA PASADO A UN 6,8

Sobre estas líneas, la subdirectora de Deportes de Telecinco, Sara Carbonero, en una imagen de archivo. (Foto: A.M.)

@Marta Pino - Madrid (2/7/2010)

A pesar de que ella sigue intentando mantenerse al margen de la vorágine mediática, tanta presencia televisiva y fotográfica ha terminado por perjudicar a Sara Carbonero. La joven subdirectora de Deportes de Telecinco no sólo se ha visto involucrada en las críticas vertidas por el presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid, Fernando González Urbaneja, contra Telecinco, sino que también ha caído la valoración que sobre ella hacen los espectadores.

La consultoría Personality Media ha realizado un análisis de la evolución de las valoraciones que la novia de Iker Casillas recibe por parte del público. Según sus resultados, la presentadora es ahora más conocida, pero su valoración ha descendido en los últimos seis meses, exactamente desde que empezó su noviazgo con el guardameta del Real Madrid y la Selección Española.

Según los datos de esta empresa, Sara Carbonero era conocida, en diciembre de 2009, por el 49% de los encuestados, que la posicionaban además en el puesto 32 de la lista de los 1500 personajes más mediáticos o que pueden ser imagen potencial de algunas firmas. En tan sólo seis meses, subió hasta el sexto puesto de ese ranking de notoriedad, aunque, cuando se

trataba de valorar su belleza física, se colocaba en el cuarto lugar de la lista.

Sin embargo, nadie puede negar, a tenor de estos datos, que lo sucedido a su alrededor ha hecho que su valoración haya descendido. Si en diciembre del pasado año, su valoración media era de 7,3 puntos sobre 10 y ahora ha pasado a un 6,8.

Por su parte, el presidente de Personality Media, Santiago Mollinedo, al hacer un análisis de los datos, asegura: "Esperábamos que el tiempo, acompañado de grandes audiencias y una progresión de su buena carrera profesional, convirtieran a Sara Carbonero en el deseo de cualquier consumidor y por ende anunciante". Y afirma que también esperaban que "Telecinco cuidara de una presentadora que le podía reportar grandes beneficios de cara al futuro", añadiendo que "en cambio, ellos mismos han encendido la mecha dando pie a sus rentables programas rosas a entrar en el debate Casillas-Carbonero, a entrevistas comprometidas que se podrían haber evitado y a noticias que la prensa local e internacional ha recogido con dos manos".

Con esto, quienes se hacen eco de las informaciones y de lo hecho por Telecinco, quieren hacer daño "a la cadena, al portero de la Selección, a la desafortunada reportera (mal asesorada y guiada por Telecinco, parece que no con mala intención)", comenta Mollinedo. "Todo este lío mediático está afectando a su imagen y puede que el consumidor lo interprete erróneamente: "Quiero decir que está aquí porque es guapa"; " porque es la novia de Casillas" o porque se trata de otro drama de Telecinco".

Esos pensamientos sustituirán a lo que, según Mollinedo, se percibía hasta ahora: "Una buenísima profesional con una prometedora carrera dentro del mundo de la comunicación, de la cual posiblemente Telecinco habría podido sacar mucha más rentabilidad en el largo plazo".