



El Madrid-PSG logra un 13,8% de cuota

L. R. T. - MADRID

En la noche del miércoles sucedió algo prácticamente inédito: un partido de pago –el que jugaron el Real Madrid y el PSG y que se emitió en BeIN Sports– se colocó como la segunda emisión más vista del día, solo por detrás de «El hormiguero 3.0», al lograr un 13,8 por ciento de cuota de pantalla y 2,4 millones de espectadores. El minuto de oro se produjo a las 22:45 horas, cuando Marcelo marcó el tercer gol del equipo blanco, con un 15,4 de «share» y más de 2,8 millones de espectadores. Si únicamente se compara con la modalidad de pago de todos los canales que tienen esa opción, la audiencia sube hasta un 46 por ciento.

El grupo Atresmedia también fue uno de los grandes beneficiados ante las expectativas de este partido de ida de octavos de final entre los «merengues» y la escuadra parisina. El resumen que se ofreció en la Sexta obtuvo una audiencia del 8,4 por ciento y 1,4 millones de seguidores. Esta circunstancia hizo que el post partido en BeIN, «El club», bajase hasta un 6,4 y 200.000 personas, ya que la audiencia migró de canal. En Mega, a partir de las 00:00 horas, «El chiringuito de jugones», dirigido y presentado por Josep Pedrerol, logró un 6,4 de cuota, y 334.000 fieles, convirtiéndose en la emisión más vista del canal y uno de sus programas que de más audiencia en lo que va de temporada.