



NOTA DE PRENSA

TPA fue líder de audiencia con el partido el Schalke 04 - Valencia

- La cadena autonómica obtuvo un 32,2% de *share* con la retransmisión de este encuentro
- TPA fue la tercera opción más vista de la jornada con un 11,3% de cuota de pantalla

Gijón, 10 de Marzo de 2011

Televisión del Principado de Asturias (TPA) fue líder de audiencia ayer miércoles, 9 de marzo, con la emisión en directo del partido de vuelta de octavos de final de la UEFA Champions League F.C. Schalke 04 – Valencia C.F.

El encuentro, disputado en el estadio Veltins-Arena de Gelsenkirchen (Alemania), fue seguido por una media de 133.000 espectadores y obtuvo una cuota de pantalla del 32,2%. Además, fue la emisión más vista de la jornada.

El minuto de oro se produjo a las 22:36 cuando 205.000 espectadores sintonizaban TPA. En esos momentos, se jugaba el último minuto de los cuatro que añadió el árbitro al final del encuentro y Farfan, jugador peruano del Schalke 04, marcaba el tercer gol del equipo alemán. En términos de *share*, el minuto de oro también se produjo a las 22:31 con un 45,4% del total de espectadores congregados frente a la pantalla. La cadena autonómica lideró la audiencia durante el tiempo de emisión del partido, entre las 20:45 y las 22:37, y se situó por delante de TVE 1 (19,1%), Tele 5 (12,8%), Antena 3 (5,7%), Cuatro (2,4%), La 2 (1,1%) y La Sexta (2%). El resto de cadenas de cobertura nacional sumó un 13,6%.

Zona Champions fue líder de audiencia durante toda su emisión, de 20:30 a 22:46, con un 29% de cuota de pantalla. Este programa incluye el previo (7,2%), el partido (32,2%) y las noticias (33,7%) relacionadas con la jornada de la UEFA Champions League.





NOTA DE PRENSA

TPA fue la tercera cadena de televisión más vista del día

La televisión autonómica fue la tercera opción más seguida de la jornada de ayer con un 11,3%, tras Tele 5 (20,3%) y TVE 1 (19,1%). Además, la cadena asturiana superó a Antena 3 (7,7%), Cuatro (5,7%), La Sexta (3,7%) y La 2 (3,2%). El conjunto de las nuevas cadenas de cobertura nacional obtuvo un 14,8% y las temáticas de pago, un 11,6%.

