



'La catedral del mar' arrasa en su aterrizaje en TV3 con un gran 28,3% de share en su primer capítulo emitido

La ficción de Diagonal TV, Netflix, Atresmedia y TV3 ha triunfado en su llegada a la cadena, liderando sin problemas su franja de emisión.

Por [Cristian Quijorna](#) | Publicado: Martes 28 Agosto 2018 14:

Es innegable que ['La catedral del mar'](#) ha sido uno de los proyectos más ambiciosos de Antena 3 en los últimos años. La ficción producida por Diagonal TV, con la participación de la cadena catalana TV3 y la plataforma internacional Netflix, se consolidó en su primera y única temporada en la televisión de Atresmedia con **una buena media del 17,3% de share y 2.666.000 espectadores**, un dato más que notable.

¿Por qué emitirla tan pronto?

Por eso no sorprende que TV3, que también tenía opción de emitirla a partir del 30 de junio de 2018, **no haya querido esperar más y la lanzase el lunes 27 de agosto**. Pese a que habitualmente las cadenas autonómicas suelen esperar más meses para distanciar lo

máximo posible las emisiones, en este caso **la autonómica catalana ha querido evitar que Netflix la estrenase primero nivel mundial**, por ello se ha adelantado, reservándose así el segundo pase en abierto".

Gran éxito de audiencia

La estrategia ha resultado ser todo un éxito ya que se ha estrenado con un espectacular **28,3% de share medio y 635.000 espectadores, doblando lo anotado por la segunda opción de su franja**, tal y como destaca la cadena catalana en una nota. Es reseñable también que en el último cuarto de hora de emisión de este primer capítulo, anotó su minuto de oro con un pico de 855.000 espectadores, **mientras que después, la ficción 'The Last Kingdom' consiguió también ser líder con un 14%**, posiblemente gracias al arrastre de audiencia dejado por la serie protagonizada por [Aitor Luna](#), [Daniel Grao](#) y [Michelle Jenner](#), entre otros.

Balance positivo en Antena 3

En la cadena de Atresmedia, **'La catedral del mar'** **arrancó con un muy buen 22,8% de share y 3.859.000 espectadores**, el que fue su dato más alto en toda la temporada. Desde ese momento, su tendencia fue mayoritariamente descendiente aunque es reseñable que se convirtió en uno de los productos más fuertes de Antena 3 entre las emisiones en diferido. Pese a ellos, los datos en su emisión semanal en televisión fueron muy buenos y el capítulo con el que se **cerró la primera tanda reunió a más de dos millones de espectadores (16,4%)**.