

Continue



Audiência minuto a minuto

Soluções que oferecem entendimento sobre o comportamento das audiências de rádio e televisão. Proporciona compreensão sobre como e quando cada consumidor acessa conteúdo e qual a melhor forma de alcançá-lo.Instar Analytics™ Descubra como as audiências se comportam, potencialize a programação de conteúdo, entenda a concorrência e muito mais.Instar Web™ Tenha um dashboard pronto, visual, personalizado e atualizado automaticamente com os principais insights de audiência.Target Group Ratings Televisão™ Análise e planeje a programação de televisão a partir de targets comportamentais.Consulta.net™ Tenha as principais métricas de audiência de TV em uma plataforma online.Real Time™ Acompanhe os movimentos da audiência de televisão minuto a minuto, compare a audiência do próprio programa com a concorrência em tempo real e acesse a plataforma em ambiente online com navegação simples e intuitiva.Cross Platform View™ Conheça a jornada do consumidor nas plataformas de streaming de vídeo dentro de um universo e métricas unificado, num dashboard de fácil acesso e online.Campaign Audience Validation™ Tenha uma visão unificada da performance de suas campanhas cross mídia em uma interface online e intuitiva.Cross-Media Planner™ Uma ferramenta de simulação que pode melhorar o seu planejamento cross-mídia com alcance deduplicados.Easymedia Rádio™ Descubra como as audiências de rádio se comportam e potencialize a programação de conteúdo. Levantamento exclusivo do Poder360 mostra que GloboNews, Jovem Pan News, CNN Brasil, Record News e Band News têm no máximo 195.636 telespectadores assistindo a essas 5 emissoras ao mesmo tempo. Esse número médio dos 6 primeiros meses de 2024 é alcançado no período da tarde (12h-17h59), que é o de melhor desempenho. A GloboNews encabeça o ranking de audiência em todos os turnos. Nos demais horários, o 2º lugar é concorrido: CNN Brasil (manhã), Jovem Pan (tarde), BandNews (noite) e Record News (madrugada). Mas o que mais chama a atenção é o número diminuto de pessoas que assistem a TVs de notícias, como mostra o quadro a seguir: De 2023 para 2024 houve mudanças metodológicas na coleta de dados de audiência de TVs a cabo. No ano passado, 0,1 ponto na contabilidade da Kantar Ibope em 2023 equivalia a 51.755 pessoas assistindo a um determinado canal. Em 2024, quando uma emissora tem 0,1 ponto de audiência, equivale a 46.580 pessoas assistindo. É que houve uma queda no número de pessoas que têm TV paga em casa. Em junho de 2024 (último dado disponível), havia 9,3 milhões de assinantes para esse tipo de serviço no país. No mesmo mês de 2023, eram 11,5 milhões –queda de 19,1%. O número encolhe a cada ano no país. Os dados são da Anatel. A Kantar informou ao Poder360 que divulga anualmente a atualização do ponto de audiência individual e domiciliar nas 15 regiões metropolitanas aferidas regularmente. Em 2023, quando todas as emissoras estavam tendo o maior público simultâneo assistindo, eram 248.424 telespectadores ao mesmo tempo ligados nas 5 TVs de notícias. Agora, no pico de audiência, essas mesmas 5 emissoras têm 195.636 pessoas conectadas (dados de junho). GLOBONWS: DEPOIS DO PICO, A QUEDA A emissora da família Marinho teve um pico de audiência em maio por causa do destaque dado em seu noticiário para as enchentes no Rio Grande do Sul, mas despencou um mês depois. Em janeiro de 2024, tinha até 125.766, em média. Agora, tem no máximo 93.160. A maior audiência em maio da GloboNews foi no dia do resgate de um cavalo no teto de uma casa, em 9 de maio, em Canoas (RS). Horas antes, a primeira-dama Janja disse que havia pedido ajuda ao Exército para retirar o animal do local. JOVEM PAN CAI E RECORD SOBE Nos 5 primeiros meses de 2023, a emissora havia se consolidado como vice à tarde e à noite. No 1º semestre deste ano, caiu para o 3º lugar nos turnos da manhã e da noite. De madrugada, marca zero. Já a Record News, que tinha um desempenho irrisório, entrou no top 3 da tarde –turno de maior audiência na média das 5 emissoras. É importante notar que a Record News pode ser sintonizada também em canais UHF, abertos. PICOS: OPERAÇÕES DA PF E RS O Poder360 mostra abaixo as curvas de audiência de cada canal de TV pago no 1º semestre deste ano. A GloboNews teve os 3 melhores registros de audiência nas seguintes datas, por ordem de telespectadores: mar.2024 - Polícia Federal prende acusados de mandar matar a vereadora Marielle Franco (Pso-RJ), em 2018; fev.2024 - ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) é alvo de operação da PF; mai.2024 - cavalo Caramelo é resgatado do teto de uma casa em Canoas, durante as enchentes no Rio Grande do Sul. PROGRAMAS DA NOITE SE DESTACAM Dentro os programas mais vistos dos 5 canais de TV, o Jornal GloboNews, das 6h, é o mais visto: teve, em média, 186.320 telespectadores de janeiro a junho deste ano. Em seguida, vem o Domingo Espetacular, da Record News, com 51.238 pessoas. Em 3º, O É da Coisa (BandNews), às 18h, com 46.580 telespectadores, em média. Essa audiência um pouco maior de alguns programas acaba não sustentando o número de telespectadores por um longo período. Por exemplo, o Jornal GloboNews, que vai ao ar bem cedo na emissora, não consegue sozinho segurar as pessoas sintonizadas ao longo do período da manhã. O programa tem os seus 186.320 telespectadores, mas as demais atrações do canal até o meio-dia derrubam a audiência média para 65.212. METODOLOGIA A Kantar Ibope Media Brasil monitora 4.195 domicílios com TV aberta e 1.915 com TV paga em 15 regiões metropolitanas: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Curitiba, Distrito Federal, Florianópolis, Goiânia, Fortaleza, Recife, Salvador, Campinas, Vitória, Manaus e Belém. A empresa coleta os dados 24 horas por dia, minuto a minuto. O painel é focado no consumo individual. A Kantar utiliza o validador Peoplometer DIB 6, que mede a audiência de canais de emissoras lineares (TV aberta e TV fechada) nas praças. O aparelho identifica o canal que a pessoa está vendo –é ativado no momento em que a TV é ligada e quando o telespectador troca de canal. Há, no país, cerca de 6.310 mediadores Peoplometer DIB 6. De total, 1.855 estão em domicílios que têm TV paga. O Poder360 fez cálculos baseados em um target específico –público das classes sociais A, B e C, com mais de 18 anos e que pagam canal de TV fechados (além da Record News, que está em canais abertos UHF, mas também nas grades de TVs fechadas). Com isso, 1 ponto de audiência equivale a 465.808 indivíduos. Segundo o Censo do IBGE, o Brasil tem 203,1 milhões de habitantes. Em junho de 2024 (último dado disponível), havia 9,3 milhões de assinantes de TV a cabo. No mesmo mês de 2023, eram 11,5 milhões –queda de 19,1%. O número encolhe a cada ano no país. Os dados são da Anatel. A atração de focos da SBT com apresentação de Cariúcha, Leo Dias, Gabriel Cartolano e Gaby Cabrini ficou na vice-liderança das 16h15 às 16h21 e das 16h30 até 17h01, quase 40 minutos. Na audiência minuto a minuto, o SBT chegou a ser vice-líder com 4,0 pontos, diante de 3,3 pontos do Brasil Urgente, da Band, e 3,1 pontos do Cidade Alerta, da Record. Mais uma vez, o foco do programa foi a prisão de Deolane Bezerra. O assunto chamou a atenção do telespectador principalmente pela guerra declarada entre a família da influenciadora e Leo Dias. Leo Dias confronta família de Deolane Bezerra ao vivo Na última terça-feira, Leo Dias afirmou que estava na mira das irmãs de Deolane Bezerra e soltou o verbo. Ele prometeu a divulgação de um áudio da famosa aos gritos contra o seu trabalho, mas não levou ao ar. Em seu momento mais nervoso no programa, Leo Dias aconselhou Deolane: “Você deveria estar preocupada em prestar contas para a Justiça! Ela foi ingrata comigo!”. Os dados são prévios e podem sofrer alterações no consolidado desta quinta-feira (12). O TV Foco traz agora para você os números de audiência em tempo real (Real Time) das principais emissoras do Brasil, com um retrato da medição minuto a minuto de SBT, Record, SBT, Globo, Record, RedeTV e muito mais.CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADELembrando que os dados são prévios, refletem uma amostragem do minuto recolhido e podem sofrer alterações no consolidado final. Neste momento, a disputa pelos números de audiência entre Globo, SBT, Record, Band e RedeTV está da seguinte maneira!MPORTANTE: CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADEA Globo exibia mais um capítulo de O Cravo e a Rosa, a Record exibia a Hora da Venenosa, SBT Casos de Família, Cultura desenhos, a Band o Melhor da Tarde de Cátia Fonseca e na RedeTV, Sonia Abrão havia acabado de entrar no ar. Audiência / real time Horário 15:03 / Data 16/12/2021 9.3 7.3 2.6 1.5CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE 1.40.ICONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADEQuanto vale 1 ponto?A partir de 1º de janeiro, um ponto no Ibope vai valer um pouco mais. Na Grande São Paulo, passará de 74.987 domicílios ou 203.309 indivíduos para 76.577 domicílios ou 205.377 indivíduos. Já no PNT (Painel Nacional de Televisão), que mede a audiência nas 15 principais regiões metropolitanas do país, um ponto equivalerá a 268.278 residências ou 716.007 telespectadores.A atualização nos valores é feita todo início de ano e acompanha as estimativas populacionais do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), de forma que um ponto seja equivalente a 1% do universo representado na pesquisa de cada praça. Veja mais audiências, agora Consolidados aquiRelembre a audiência detalhada de novelas, programas e emissoras nos últimos 30 anosPor que a disputa de audiência é importante na TV?Na TV, principalmente na grande São Paulo, no qual fica alocado boa parte do mercado publicitário, a disputa por audiência é extremamente importante. Ela define o futuro de um programa, novela ou apresentador na TV e demonstra se o público tem interesse em tal conteúdo.Em uma regra básica sobre audiência, emissoras como Globo, Record, SBT, Record, Band e RedeTV trabalham para produzir conteúdo, audiência e por consequência (e mais importante) o mercado publicitário que utiliza tais números para saber onde investir, em qual faixa horária, emissora e apresentador.Ver audiência da TV em tempo real LO MÃS VISTO de ayer lunes 19 de mayo de 2025 fue ANTENA 3 NOTICIAS 1, emitido en Antena3 a las 14:58 horas. El espacio logró 2.105.000 espectadores de audiencia media y el 22.3% de cuota de pantalla. Un total de 3.025.000 espectadores INVITADOS fue el informativo ANTENA 3 NOTICIAS 1 emitido en Antena3 a las 14:58 horas. De los 2.105.000 espectadores que congregó la emisión, 120.000 eran individuos no residentes en el hogar, lo que representa el 6% de la audiencia. Ayer lunes, Antena3 repite como la cadena más vista del día con el 14,2% de cuota de pantalla. Por detrás se sitúan La1 con el 11,1% de cuota y el conjunto de cadenas Temáticas de Pago con el 9,6%. Además, el grupo de Autonómicas de FORTA ocupó la quinta plaza con el 8,8% de share. En el ranking mensual, Antena3 es la cadena con mayor seguimiento en el mes de mayo con un promedio del 13% de cuota de pantalla. La segunda posición es para el conjunto de cadenas Temáticas de Pago con el 12% de cuota media y La1 cierra el podio mensual con el 10,7%. Energy fue la cadena más vista dentro del conjunto de canales Temáticos de TDT. El canal de Mediaset firmó ayer lunes el 2,5% de share. La suma de todo este grupo de cadenas alcanzó el 27,3% de cuota del Total Televisión. Por detrás de Energy se sitúan FDF (2,2%), Atrerieses (2%), Nova (2%) y Be Mad (1,9%). El conjunto de cadenas Autonómicas de FORTA promedió ayer a nivel nacional el 8,9% de cuota de pantalla. TV3 fue el canal autonómico más visto del día con el 14,9% de share, seguido de Aragón TV con el 13,9% y de ETBZ con el 10,3%. Completan el top-5 Canal Sur (10,2%) y TVG (8,3%). En la jornada de ayer, 27.543.000 españoles vieron al menos un minuto de televisión, lo que representa el 58,5% de la población de cuatro años en adelante. Los contactos bajaron en 3.397.000 espectadores respecto a la jornada anterior y se sitúan por encima de los contactos promedio en mayo, que son de 27.251.000. En el acumulado mensual, 42.209.000 personas han sintonizado con el medio televisivo, por lo que el 10% de los españoles no ha visto la televisión en mayo. El consumo televisivo de ayer lunes fue de 163 minutos por individuo, 15 minutos menos que el día anterior. De este flujo, 6 minutos correspondieron a visionado en diferido, lo que representa el 4% del total. El consumo promedio por persona y día en el mes de mayo es de 165 minutos, repartidos en 158 minutos de consumo lineal y 7 minutos de visionado en diferido. Los invitados consumieron ayer 6 minutos de los 163 de consumo registrado, es decir, representaron el 4% del tiempo de consumo de televisión. Entre los programas informativos de ayer lunes, lidera obviamente la edición de sobremesa ANTENA 3 NOTICIAS 1 al ser, como ya se ha detallado al inicio de la noticia, el programa más visto del día. Ranking de informativos de SOBREMESA | lunes 19 de mayo de 20251. ANTENA 3 NOTICIAS 1 (Antena3) | 2.105.000 espectadores y 22,3% de cuota. 2. TELEDIARIO 1 (La1) | 1.132.000 espectadores y 12% de cuota.3. INFORMATIVOS T5 15:00 (Telecinco) | 1.084.000 espectadores y 11,4% de cuota.4. LA SEXTA NOTICIAS 14H (La Sexta) | 779.000 espectadores y 8,9% de cuota. Ranking de informativos de NOCHE | lunes 19 de mayo de 20251. ANTENA 3 NOTICIAS 2 (Antena3) | 1.957.000 espectadores y 17,9% de cuota.2. TELEDIARIO 2 (La1) | 1.268.000 espectadores y 11,8% de cuota.3. INFORMATIVOS T5 21:00 (Telecinco) | 930.000 espectadores y 8,5% de cuota.4. LA SEXTA NOTICIAS 20H (La Sexta) | 650.000 espectadores y 7,9% de cuota. Por último, estas son las emisiones más vistas del día según la franja horaria:Lo más visto en la MADRUGADA es... CINE 2 (La1 a las 02:30): 9,8% y 136.000Lo más visto en la MAÑANA es... COCINA ABIERTA DE KARLOS ARGUÍÑANO (Antena3 a las 13:25): 17,7% y 865.000Lo más visto en la SOBREMESA es... ANTENA 3 NOTICIAS 1 (Antena3 a las 14:58): 22,3% y 2.105.000Lo más visto en la TARDE es... LA PROMESA (La1 a las 18:02): 14,4% y 1.047.000Lo más visto en el PRIME TIME es... EL HORMIGUERO (Antena3 a las 21:55): 15,2% y 1.921.000Lo más visto en el ACCESS PRIME TIME es... ANTENA 3 NOTICIAS 2 (Antena3 a las 21:04): 17,9% y 1.957.000Lo más visto en el LATE NIGHT es... RENACER (Antena3 a las 23:18): 11,7% y 887.000 Recuerda seguirmos en nuestras redes sociales para conocer los datos de audiencia más destacados a primera hora. Si buscas las audiencias mensuales, accede a nuestra sección mensual. RTVE ha apostado un año más por la marca Eurovisión, uno de sus grandes pilares de la programación de la cadena a lo largo del año. Esa apuesta por la marca Eurovisión quedó de nuevo demostrada el pasado mes de febrero con el Benidorm Fest, la 4ª edición de la final nacional en la ciudad alicantina en la que Melody se coronó como ganadora y les dio el billete para luchar por el micrófono de cristal en Basilea. Este sábado hemos conocido que [Johannes Pletsch] se proclamaba ganador de Eurovisión 2025, consiguiendo llevar la victoria al país centro europeo 11 años después. Nuestra representantes Melody terminó en 24ª posición con solo 37 puntos (27 de los jurados nacionales y 10 de los espectadores). Unas horas después de la final llega el turno de hacer repaso a las audiencias tanto televisivas, como sociales de la última gala de la edición de este año que se ha celebrado desde el St. Jakobshalle de Basilea en una edición que de nuevo ha sido bastante polémica y que ha esquivado de nuevo el desastre por poco. La final de Eurovisión 2025 fue seguida en La 1 por un total de 5.884.000 espectadores y una cuota de pantalla media del 50,1%. 13.631.000 espectadores vieron al menos un minuto de la final de Eurovisión 2025 en La 1. Las votaciones fueron vistas por 6.315.000 espectadores (59,7% de share) con 9.245.000 contactos al menos 1 minuto. La final de Eurovisión 2025 aportó un 73,3% de la audiencia de La 1 en el día (25,9%). La franja de edad con mejor audiencia fue la de jóvenes entre 13-24 años donde alcanzó un 69,6%. En adultos jóvenes entre 25-44 años, la final alcanzó un 67,8% de audiencia y en niños un 68% de audiencia. Fue la final de Eurovisión con mejor audiencia desde el año 2022 y la quinta más vista de la historia empatada con la de Ramón en 2004. En comparación con la final de Eurovisión 2024, la gala de este sábado sube 998.000 espectadores y hasta 8,3 puntos en cuota de pantalla, (en Eurovisión 2024 la final fue vista por 4.886.000 espectadores y un 41,8% de audiencia en La 1). En RTVE play la final de Eurovisión 2025 logró récord histórico en la plataforma con 839.544 espectadores (visitantes únicos). Este dato supone una subida del 103% respecto a la final de 2024 (413.503 espectadores en directo), un 108% con respecto a 2023 (402.858 espectadores) y un 1.154% respecto a 2022 (166.918 espectadores). El especial Divas Calling desde Dos Hermanas (Sevilla) marco también récord histórico de audiencia en RTVE play, con 70.084 visitantes únicos. La gran final de Eurovisión 2025 emitida en La 1 fue primera opción en competencia frente al resto de opciones en las cadenas generalistas y pago por encima de Antena 3, temáticas de pago, Telecinco y las autonómicas. Cuatro y La Sexta. En la misma franja otras cadenas generalistas marcaron la siguiente audiencia: Eurovisión 2025: Final (La 1): 50,1% / 5.884.000 Temáticas de pago: 7,6% Autonómicas: 4,9% / 570.000 Telecinco (Informativos de Telecinco/ Hay una Cosa que te Quiero decir): 4,6% / 539.000 Antena 3 (Antena 3 Noticias / La Voz Kids): 4,1% / 482.000 Cuatro (First dates / Cine): 3,8% / 442.000 La Sexta (laSexta Xplica): 2,7% / 317.000 La 2: (Al Cielo con Ella / Cómo nos reímos): 1,6% / 183.000 Repasando la audiencia minuto a minuto en competencia, la final de Eurovisión 2025 fue líder destacada de audiencia de inicio a final de la gala. En cuanto a audiencia por edades, la emisión de la final de Eurovisión 2025 en La 1, destaca especialmente entre los jóvenes, con edades entre 13-24 años, donde alcanzó un 69,6% de audiencia y entre los adultos jóvenes de entre 25 y 44 años franja de edad en la que alcanzó un 67,8% de cuota de pantalla. En niños (4-12 años) alcanzó el 68% de audiencia y entre los adultos (45-64 años) fue seguida por el 52,4% de la audiencia. La franja que menos la siguió fue la de +65 años, donde la final de Eurovisión 2025 se quedó con un 31,8% de audiencia. En cuanto a audiencia por sexos, el programa obtuvo mayor audiencia entre las mujeres con un 52,1%, y entre los hombres fue seguido por un 47,8% de la audiencia. En target comercial subió a un 65% de audiencia Si nos fijamos en los datos por tamaño de población, destaca por encima en ciudades medianas (50.000 - 200.000 habitantes), donde la audiencia escaló hasta el 55,9% de cuota de pantalla. En ciudades grandes de más de 200.000 habitantes la final fue seguida por un 51,8% de la audiencia, mientras que en pueblos de menos de 10.000 habitantes consiguió un 47,3% de audiencia. En ciudades pequeñas de más de entre 10.000 y 50.000 habitantes, fue donde menos se vio, la emisión de la final de Eurovisión 2025 en La 1 alcanzó un 45,3% de cuota de pantalla. Entre usuarios de OTT la gala marcó un 57,7% de audiencia. Por ingresos económicos, la final de Eurovisión 2025 fue más vista por espectadores de clase alta, donde alcanzó un 62,9% de audiencia, mientras que un 47,6% de la audiencia de clase media siguió la gala en La 1 este sábado. Los que menos lo siguieron, fueron los espectadores de clase baja, donde la final de Eurovisión 2025 alcanzó un 34% de audiencia. Por targets de edad, minuto a minuto, la audiencia desde mejor funciona fue entre los jóvenes de edades entre 13 y 24 años, donde alcanzó el 80% de cuota de pantalla en la parte final, y durante toda la gala, la audiencia no bajo del 55% de audiencia. En niños, la gala arrancó en el 47% de audiencia, subiendo especialmente en el tramo final donde superó el 80%. En adultos jóvenes (13-24 años) la gala no bajó del 50% de audiencia, y en la parte final rozó el 75%, los resultados estuvieron en torno al 70% de audiencia en el target. Mayores de 65 años fue la franja que menos lo siguió, la gala se mantuvo entre un 20% y un 45% de audiencia, marcando su mejor dato al final rozando el 50%. En el caso de los adultos (45-64 años) la gala consiguió llegar casi al 70% de audiencia en la parte de los resultados y en la parte central de la misma estuvo en torno al 50%. Minuto a minuto de la final de Eurovisión 2025 por edades / Dos30 Por ámbitos, la audiencia destaca especialmente en Madrid, donde llegó hasta un 55% de cuota de pantalla, por detrás de Madrid, y por encima de la media nacional, quedaron Comunitat Valenciana (54,8%), Aragón (48,5%), Aragón (53,5%), Castilla y León (52%), Navarra (51,6%) y Asturias donde la final alcanzó un 50,6% de audiencia. En el otro lado de la balanza, donde menos seguimiento cosechó la fue en Galicia con un 43,1% de cuota de pantalla, seguida de Euskadi (46,5%), Andalucía (47,3%), Castilla-La Mancha (47,9%), Canarias (48,6%), Baleares (48,8%), Murcia (49,4%), Cataluña (49,8%) y Resto (Cantabria, La Rioja y Extremadura) donde la final alcanzó un 50,1%. La gran final de Eurovisión 2025 en La 1 arrancó en un 28,9% de audiencia y 2.624.000 espectadores que llegaban de arrastre desde el Telediario. El minuto de oro de la gala fue a las 00:21, durante la votación del jurado de Portugal, llegando a 7.094.000 espectadores (62,9% cuota de pantalla). El pico de cuota de pantalla de la final de Eurovisión 2025 en La 1 fue a las 00:59, justo en el momento en el que se conoció que [J se proclamaba ganador de Eurovisión 2025 con un 65,3% de cuota. Durante la actuación de Israel en la gran final la audiencia entre los adultos jóvenes años bajo hasta 13 puntos, pasando de un 69% en el final de la actuación de Luxemburgo a un 55% cuando empezó la postal de Israel, marcando en ese punto el mínimo en el momento de los comentarios del show. Audiencias Sociales por idiomas #Eurovision / Talkwalker Si nos detenemos en la audiencia social por targets de edad de la final de Eurovisión 2025, destaca por encima del resto (representan un 87,4% de los comentarios) en el target de usuarios entre 18 y 34 años, destacando sobre todo en la franja entre 25 y 34 años, con un 51,7% de los comentarios. Los comentarios realizados por usuarios en la franja de edad de entre 18 y 24 años supusieron un 36,7% del total de la noche y el 9,8% fueron realizados por usuarios con edades comprendidas entre 35 y 44 años. El 1,4% de los comentarios fueron realizados por usuarios con edades comprendidas en la franja de edad entre 45 y 64 años y el 0,3% restante fue realizado por usuarios con edades comprendidas entre 55-64 años. Audiencias Sociales por target de edad #Eurovision / Talkwalker En cuanto a la audiencia social por target de género del usuario, la final de Eurovisión 2025 destacó un poco por encima entre las usuarias de género femenino, cuyos comentarios supusieron un 54,2% del total de los efectuados durante toda la gala. Por otro lado, los comentarios sobre el festival realizados por usuarias de género masculino de la red social que siguieron la gala supusieron un 45,8% del volumen total de comentarios que se efectuaron en la noche de este jueves. Audiencias Sociales por target de género #Eurovision / Talkwalker Si nos detenemos en la audiencia social de la final de Eurovisión 2025 minuto a minuto, podremos ver los momentos preferidos de la noche para los que la comentaban en redes sociales a la vez que la estaban siguiendo. En la gran final de Eurovisión 2025, la gala tuvo su punto con más interacción a las 01:02h CEST, ten el momento en el que se conoce que Austria fue elegida como ganadora. En ese minuto se hicieron un total de 5.800 comentarios con el hashtag oficial, Audiencias Sociales del #Eurovision minuto a minuto / Talkwalker * Todos los datos incluidos en esta noticia han sido facilitados a ESCplus España, por Dos30 y Kantar, únicos propietarios intelectuales de los mismos. Queda prohibida la copia, reproducción, difusión o distribución, total o parcial, de los mismos, sin autorización previa de Kantar, Dos30 o ESCplus España Fuentes: Kantar Media, Dos30 O TV FOCO traz para vocé todas as audiências televisivas dias principais emissoras de TV do Brasil. Aqui vocé encontra se o seu programa favorito da TV está indo bem na audiência ou não. Detalhes exclusivos e em primeira mão sobre Globo, SBT, Record, Band, RedeTV, Cultura, RecordNews, GloboNews, JovemPan, Rede 21, Canal Brasil, Rede Vida e TV Aparecida, são atualizados diariamente para o leitor. Acompanhe também a repercussão geral do programa nas redes sociais e em programas de focos da TV. Veja mais detalhes sobre audiência da televisão no Brasil nas matérias a seguir. Recomendamos também que acompanhe a nossa categoria de cobertura de reality shows.Home + Audiência da TVA audiência da TV é medida pelo Kantar Ibope e cada ponto equivale a 76.953 domicílios na Grandê SPacompanhe aqui a audiência da Globo e demais emissorasTV FOCO desde 2006 atualizando seus leitores sobre audiência da TV. Acompanhe a audiência diária da Globo, SBT, Record, Band e RedeTV