

Madrid, 17 de mayo de 2021

‘Bohemian Rhapsody’ (3,1M y 22,5%), emisión más vista del día y película con mayor cuota de pantalla en Telecinco en los últimos dos años

Se impuso en 10 puntos a la oferta de Antena 3 en la franja (12,5%) y creció más de 7 puntos en *target* comercial (29,8%), con los espectadores jóvenes como principales seguidores del largometraje (29,7%)

Cuatro anotó su segundo mejor *prime time* en domingo del año (6%) aupado por el buen resultado de ‘Planeta Calleja’ (7,8% y 1,2M) y un 8,6% en *target* comercial

Más de **3,1M de espectadores** y un **22,5% de share** sentenciaron que el laureado largometraje ‘Bohemian Rhapsody’, emitido anoche en Telecinco, fuera lo más visto de la jornada y la película con mejor cuota de pantalla de esta cadena de los últimos dos años. Registró una ventaja de 10 puntos sobre la oferta de su inmediato competidor, Antena 3 (12,5%) y el **minuto de oro del domingo**, a las 22:52 horas, con **3.693.000 espectadores** (22,2%).

La película que relata la trayectoria del grupo de rock Queen creció hasta el **29,8% en target comercial**, con sus mayores seguidores entre los espectadores de 16 a 34 años (29,7%), cuatro veces más que la oferta de Antena 3 en la franja, en este parámetro (6,4%), cuyo público más afín fue el mayor de 55 años (16,8%).

‘Bohemian Rhapsody’ superó su media nacional en los mercados regionales de Andalucía (30,7%), Valencia (25,8%), Murcia (25,7%), Castilla y León (25,2%), Madrid (25,1%), Baleares (24,2%), Euskadi (23,2%) y Asturias (23%).

A continuación, ‘Supervivientes: diario’ (14,7% y 649.000) también se impuso en su banda de emisión en la que duplicó la oferta de Antena 3 (6,1%).

Entre el resto de los liderazgos del día en Telecinco también destacó ‘Socialite by Cazamariposas’ (15,2% y 1,2M) al superar el 10% de Antena 3 en su franja.

Telecinco fue la **cadena más vista del domingo** con un 13,8% de *share*, casi 3 puntos de ventaja sobre Antena 3, que marcó un 11%. Lideró las franjas de **day time**, con un 12,7%; la **mañana**, con un 8,9%; el **prime time**, con un 16,4% y el **late night**, con un 22,5%. De igual forma, se alzó con el triunfo del *target* comercial, con un 15,3% de cuota de pantalla frente al 8,2% de Antena 3.

‘Planeta Calleja’ concede a Cuatro su segundo mejor *prime time* de domingo del año

Por otro lado, también destacó el buen comportamiento de **‘Planeta Calleja’**, cuya segunda entrega de la temporada con Paula Echevarría como protagonista fue seguida por más de **1,2M de espectadores, un 7,8% de *share* y un 8,6% en *target* comercial**. Aventajó en más de 2 puntos a la oferta de La Sexta en su franja (5,7%). Este registro impulsó a Cuatro a anotar su segundo **mejor *prime time* en domingo del año** con un 6% de *share* frente al 4,9% de la Sexta

A continuación, **‘Cuarto Milenio’** (7,5% y 761.000) duplicó la oferta de La Sexta en su franja (3,4%) y creció 1,3 puntos en *target* comercial hasta alcanzar el 8,8% de *share*.