

Madrid, 14 de julio de 2021

## ‘Todo es mentira’ y ‘Todo es verdad’ consolidan su liderazgo sobre su directo competidor

La primera parte del espacio vespertino presentado por Risto Mejide (6,8% y 752.000) y su edición Bis (7,6% y 795.000), con el cuarto mejor *share* de su historia, superaron a La Sexta en sus respectivas franjas (5,7% y 5,2%)

‘Todo es verdad’ (6,9% y 711.000) creció en el *prime time* al 7,8% en *target* comercial y aventajó en más de dos puntos a su inmediata competidora (4,8%)

Cuatro se anotó la victoria frente a La Sexta en las franjas de tarde (7% vs. 5,6%), *prime time* (6,2% vs. 5,1%) y *late night* (6,3% vs. 4,8%)

El respaldo de los espectadores a los programas presentados por Risto Mejide en Cuatro, ‘Todo es mentira’ y ‘Todo es verdad’, le han llevado a consolidar sus datos de audiencia y situarse ayer por encima de La Sexta, siendo responsables de la victoria de la cadena sobre su inmediato competidor en las franjas de la *tarde* (7% vs. 5,6%), *prime time* (6,2% vs. 5,1%) y *late night* (6,3% vs. 4,8%).

‘Todo es mentira’ (6,8% y 752.000), que ayer vivió en directo la detención de la *youtuber* Dina Stars mientras era entrevistada por Marta Flich para hablar de la situación que se está viviendo en Cuba, se impuso en más de 1 punto a la oferta de La Sexta en su franja (5,7%), creciendo hasta el 8,7% en *target* comercial. Y ‘Todo es mentira bis’ (7,6% y 795.000) anotó la cuarta mejor marca de su historia, con 2,5 puntos más que su competidora. Sumó 2 puntos en *target* comercial hasta registrar un 9,1% de *share*. En ambas ediciones fueron los espectadores de 25 a 34 años sus principales seguidores con un 10,9% y un 13,2%, respectivamente.

Por lo que respecta a ‘Todo es verdad’ (6,9% y 711.000) también se situó por encima de La Sexta en su franja de *prime time* (4,8%) e igualmente creció casi 1 punto en *target* comercial (7,8%), con los espectadores de 35 a 54 años como los más afines al programa de Cuatro (9%).

Además, ‘Cuatro al día’ (7,1% y 611.000), con un 9,1% en *target* comercial, registró ayer su **segundo mejor *share* de la temporada**, con casi 2 puntos de ventaja sobre la oferta de La Sexta (5,4%).

Por otro lado, **Factoría de Ficción** (2,7%) fue ayer la **televisión temática más vista** del martes con la película ‘**Fast & Furious 8**’ como la **emisión con mayor audiencia** de la jornada en estas televisiones, que con un 3,9% de *share* y 425.000 espectadores fue la **tercera mejor marca de cine en el año en FDF**.