

Madrid, 6 de septiembre de 2021

## El arranque de la nueva temporada de ‘Cuarto Milenio’ se impone en más de 4 puntos a La Sexta

Con un 7,7% de *share* y 782.000 espectadores, el espacio de Cuatro creció al 11,3% en *target* comercial, siendo la opción favorita de entre todas las televisiones para los espectadores de 25 a 34 años (12,9%), sus principales seguidores

Cuatro (5,8%) aventajó en más de 2 puntos en el día a La Sexta (3,6%), que no logró superarle en ninguna de las franjas

Más de 780.000 espectadores y un 7,7% de *share* arrojaron anoche el estreno de la nueva temporada de ‘Cuarto Milenio’ con un programa especial titulado ‘El Síndrome’, anotándose la victoria en su franja frente a la oferta de su principal competidor, La Sexta (3,4%). El espacio de Cuatro presentado por Iker Jiménez creció hasta el 11,3% de *share* en *target* comercial, y fue la **emisión más vista en todas las televisiones entre los espectadores jóvenes de 25 a 34 años** (12,9%), sus principales seguidores. Por mercados regionales, destacaron Madrid (11,8%), Canarias (10,3%), Euskadi (9,8%) y el denominado ‘Resto’ (8,5%), al superar la media nacional.

De igual forma, la programación de Cuatro acaparó un mayor interés por parte de los espectadores frente a su competidor, destacando el resultado de la doble entrega del contenedor **Animalators** con las películas ‘King Kong’ (6,5% vs. 4,1%), con un *target* comercial del 7,8% y ‘Territorio escualo’ (5,4% vs. 3,1%); y el doble capítulo de ‘Viajeros Cuatro’ (6,1% y 6,8% vs. 2,8% y 4%).

Cuatro (5,8%) se impuso ayer en más de 4 puntos en el total día a La Sexta (3,6%), que no logró superarle en ninguna de las franjas del domingo: mañana (6,1% vs. 3,1%), sobremesa (4,8% vs. 4,8%); tarde (6,4% vs. 3,8%); prime time (4,9% vs. 3,5%), late night (9% vs. 2,9%), day time (6,2% vs. 3,7%) y *target* comercial (7,1% vs. 4%).