

Madrid, 22 de octubre de 2012

DESTACADOS AUDIENCIAS DOMINGO 21 OCTUBRE

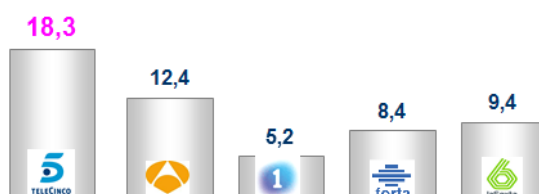
5

“AÍDA”, LÍDER ABSOLUTO DEL DOMINGO, BATE RÉCORD DE TEMPORADA

La *sitcom* de Telecinco anotó un **18,3%** de *share* y **3.786.000** espectadores y registró su minuto de oro de la jornada a las 22:50h. con casi 5 millones de seguidores (4.756.000)

Franja de emisión: 22:12h.-23:30h.

AIDA



La serie, que se impuso al resto de ofertas del *prime time*, -franja que **Telecinco** lideró con un **14,7%** de *share*- creció hasta el **22,7%** de cuota en el *target* comercial

A continuación, las reposiciones de “Aída” también lideraron su franja con una media del **15,4%** de *share*

Informativos Telecinco 21:00 horas, referencia informativa de la jornada electoral autonómica con un **12,7%** de cuota y **2.403.000** espectadores

El **GP de Malasia de MotoGP** lideró su franja en las tres categorías: **Moto3 (28,8%)**, **Moto2 (25,1%)** y **MotoGP (23,8%)**

Con estos resultados, además de liderar el *prime time*, **Telecinco** se impuso en **total día (12,7%)**, la *mañana (16%)* y el *late night (13,7%)*

OTROS DESTACADOS DEL FIN DE SEMANA

El sábado, “**El gran debate**” (**14,7%** y **2.011.000**) se convirtió en la edición más vista desde febrero

Telecinco, lideró el viernes en **total día (14,7%)**, *prime time (13,5%)*, *day time (15,3%)*, *tarde (17,7%)* y *late night (16,9%)*

Informativos Telecinco 21:00 horas (15,2%), “**Sálvame Deluxe**” (**14,6%**) y “**Sálvame diario**” (**16,4%**), “**El Programa de Ana Rosa**” (**18,2%**) y “**Pasapalabra**” (**16,1%**), espacios más vistos el viernes en sus respectivas franjas

cuatro

CUATRO SE IMPONE A LASEXTA EN EL TOTAL DÍA (7,5% VS. 5,8%)

También superó a su inmediato competidor en **target comercial** (8,8% vs. 6,9%), en la **mañana** (5,8% vs. 2,8%); la **sobremesa** (8,6% vs. 5,5%) y la **tarde** (10% vs. 4,1%) con las películas “Disturbia” (9%) y “El cliente” (10,9%); el **day time** (8,5% vs. 4,4%); la **madrugada** (6,5% vs. 1,7%); y el **late night** (9,2% vs. 6,1%)

“Cuarto Milenio” anotó un **8,5%** de cuota en su primer programa y un **14,1%** en el segundo y se impuso en su franja a todas las cadenas



FACTORÍA DE FICCIÓN, CADENA MÁS VISTA DE LAS TEMÁTICAS EN TOTAL DÍA (3,3%)

Por franjas lideró también el **prime time** (4,2%), la **tarde** (4,2%) y el **late night** (4,3%)

GABINETE DE PRENSA

MEDIASET **españa.**

