

Madrid, 22 de abril de 2021

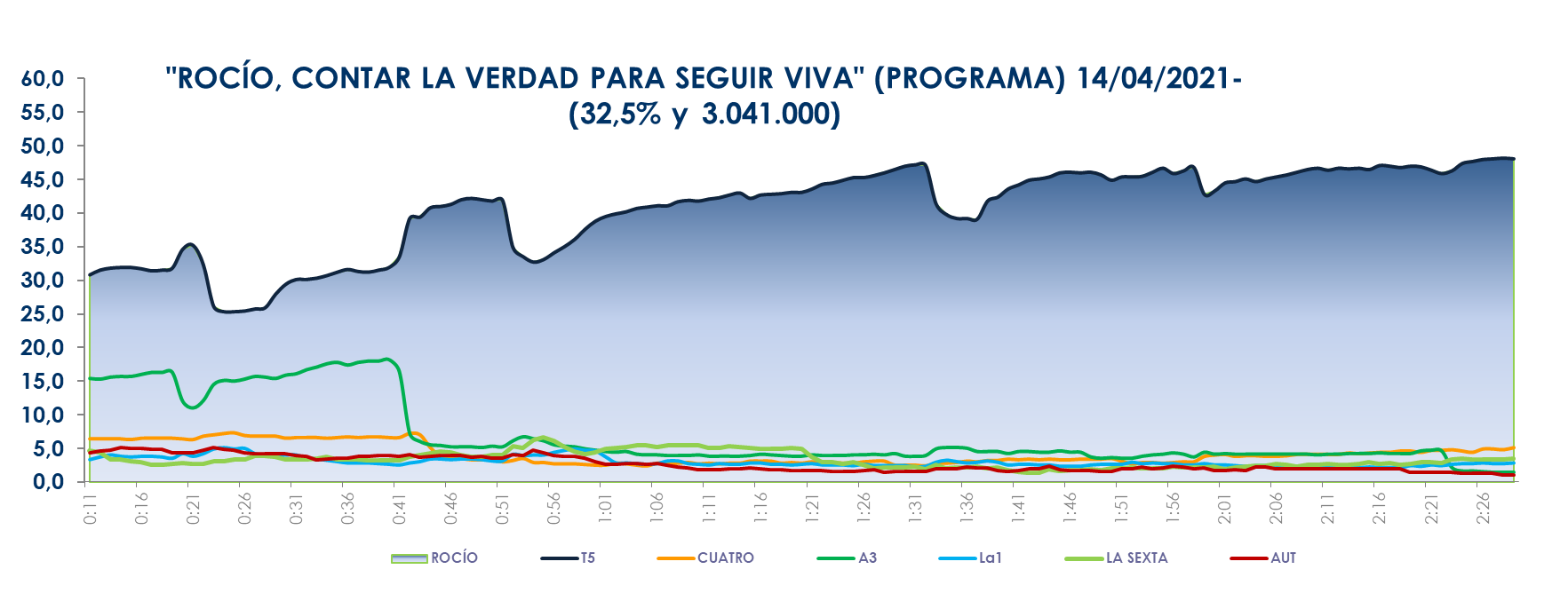
**El testimonio en directo de Rocío Carrasco en ‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ lidera con un 32,5% de *share* y más de 3M de espectadores**

**Ascendió al 41,2% de *share* entre los jóvenes de 16 y 34 años**

**El espacio previo lideró el día situándose como la tercera emisión no deportiva más vista del año con más de 4M de espectadores y un 22% de *share***

La presencia de Rocío Carrasco en el plató de **‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’** generó anoche uno de los hitos televisivos más esperados de los últimos tiempos. La entrevista en directo a la hija de Rocío Jurado sumó casi 1 millón de espectadores al seguimiento habitual de la serie documental, liderando de forma incontestable ante más de **3M de espectadores, un 32,5% de *share*** ymás de **7,6 millones de contactos,** adjudicándose el **minuto de oro** de la jornada, a las 23:25 horas, con casi **5 millones de espectadores** (4.970.000 y un 30,8%).

A pesar de las distintas ofertas televisivas, entre ellas la programación especial ofrecida por algunas televisiones en *simulcast* con el debate político de cara las elecciones de la Comunidad de Madrid (con audiencias de un 6,8% en La1 y un 7,7% en La Sexta), la emisión de Telecinco se impuso de manera absoluta y sin rival, triplicando el resultado de su inmediato competidor, Antena 3, que marcó un 10,4% en la franja en la que emitió su serie ‘Mujer’, que marcó mínimo con un 13% y 1,7M. El resto de ofertas registraron audiencias con un solo dígito.



**‘Rocío, contar la verdad para seguir viva en directo’** lideró de forma absoluta en todos los índices sociodemográficos, con especial incidencia entre los espectadores de la comunidad de **Andalucía (57,1%)** y entre los espectadores jóvenes de 16 a 34 años, con un **41,2% de cuota de pantalla** frente al 6,2% alcanzado por Antena 3 en este parámetro en la franja.

Creció 6 puntos en ***target* comercial** hasta anotar un **38,5% de *share*** mientras ‘Mujer’ perdía 5,1 puntos en este baremo en el que descendió al 7,9%, con sus seguidores mayores de 65 años, una vez más, como favoritos (20%).

El **espacio previo** se situó como **lo más visto del miércoles y la tercera emisión no deportiva con mayor audiencia del año** con más de **4M de seguidores y un 22% de *share***. Creció más de 4 puntos en *target* comercial hasta fijar un 26,3% de cuota de pantalla. Se impuso en casi 7 puntos a la oferta de su principal competidor en la franja (15,1%)*.*

Por otra parte, ayer volvieron a ser los espacios más vistos en sus respectivas franjas **‘El programa de Ana Rosa’** (20,4% y 681.000) por delante del resultado de ‘Espejo Público’ (12,9% y 428.000) y **‘Sálvame Limón’** (14,5% y 1,7M) y **‘Sálvame Naranja’** (18,4% y 1,9M), en las que Antena 3 promedió un 10,4% y un 13,6% de *share*.

Telecinco anotó ayer **en el total día un 19,3% de *share,*** su **mejor dato en miércoles sin evento deportivo de la temporada**, con casi 5 puntos de ventaja sobre el dato de Antena 3 (14,6%). Lideró también las franjas de **mañana** (18,7%), **tarde** (17,7%), ***late night*** (36,9%), ***prime time*** (18,7%) y ***day time*** (19,6%). También coronó el ***target* comercial** del miércoles con un 22,2% de *share*, frente al 12,5% de su rival.