

Madrid, 27 de mayo de 2021

‘Todo es mentira’ alcanza 600 emisiones en Cuatro en la mejor temporada desde su estreno

**Risto Mejide: *“Es el resultado del esfuerzo, la constancia, el no casarse con nadie y el respeto a la inteligencia del espectador. Lo mejor de todo ha sido ganarnos el cariño de nuestra audiencia y pasar a ser el programa en el que todo el mundo relevante quiere estar”*.**

**Marta Flich: “*Me siento muy orgullosa de haber alcanzado estas 600 emisiones y muy feliz por todo el trabajo que hay detrás. Hemos encontrado nuestra personalidad, hemos crecido y logrado tener un formato rompedor, reconocible y reconocido. Nuestro objetivo es seguir siendo honestos”*.**

**El programa ha incrementado casi un 60% sus datos de audiencia desde su estreno en enero de 2019 al promediar en el presente curso un 5,8% de *share* y 694.000 espectadores. El sólido crecimiento del formato le ha llevado a igualar en marzo y abril su mejor *share* mensual histórico (6,1%). La pasada semana, con un 6,4%, batió a su principal competidor (5,9%) con los jóvenes de 25-34 años como sus principales seguidores.**

**600 programas** combatiendo las *fake news*; dando voz a expertos y a figuras autorizadas en distintos ámbitos para tratar de aportar información donde cada vez hay más ruido; destapando comportamientos irregulares y a sus ‘protagonistas’; y abordando los principales asuntos de la actualidad política, económica y social desde una mesa en la que reinan a partes iguales el humor y la ironía. Una ardua labor que de lunes a viernes no ha detenido ni una pandemia mundial y que ha llevado a **‘Todo es mentira’** a ganarse paso a paso el apoyo de la audiencia hasta alcanzar la **mejor temporada de su historia**.

El formato producido en colaboración con La Fábrica de la Tele promedia en **Cuatro** un **5,8% de *share* y 694.000 espectadores** en el presente curso, lo que supone **un incremento del 56,8% respecto a las cifras alcanzadas en la temporada de estreno** (3,7% y 435.000).

Un incremento que llega a ser de casi el 100% en la evolución mensual desde enero de 2019 (3,1% y 380.000) hasta los pasados meses de **marzo y** **abril**, cuando **con un 6,1% (714.000 y 699.000) se igualaba el mejor *share* histórico** logrado en abril de 2020, mes marcado en el seguimiento informativo por parte de la audiencia por el confinamiento derivado de la crisis sanitaria.

Conducido por **Risto Mejide**, de lunes a jueves, y por **Marta Flich**, los viernes, y con **Miguel Lago** y **Antonio Castelo** entre sus colaboradores históricos, ‘Todo es mentira’ **ha alcanzado en el presente mes de mayo a La Sexta con un 6%** (671.000 espectadores) en su franja de emisión, **imponiéndose entre los jóvenes de 13 a 24 años** con un 7,1% frente al 6,1% de su competidor. Una tendencia consolidada puesto que en abril, con un 6,1% de promedio, también igualó el dato de La Sexta.

La **pasada semana (del 17 al 21 de mayo)**, la última con datos completos, el programa de Cuatro **batió en su horario a La Sexta con un promedio del 6,4%** frente al 5,9% de su rival. Una ventaja que se acrecentó entre los **jóvenes de 25 a 34 años con un 8%** frente al 7% de su competidor. También se impuso en el segmento **13-34 años con un 7,4%** frente al 7,1% de La Sexta. Además, ha convertido nuevamente en positivo el ***target* comercial con un 7,8%**.

***“Seguiremos desmintiendo bulos de manera divertida, hablando sin tapujos con total libertad e independencia”***

**Risto Mejide** ha hecho balance de estas primeras 600 emisiones: *“A nivel objetivo, los datos están ahí. Es el resultado del esfuerzo, la constancia, el no casarse con nadie y el respeto a la inteligencia del espectador. En un plano más subjetivo, destacaría tres cosas: una,* ***el buen rollo entre todos los miembros del equipo****; los cuatro que estamos frente a la cámara hasta nos vamos a cenar cuando el programa, las restricciones y nuestras agendas nos lo permiten; dos, lo que* ***hemos crecido todos haciendo este programa, tanto a nivel personal como profesional****; y tres,* ***lo imprevisible que sigue siendo a día de hoy****”.*

Además, ha destacado que *“lo mejor de todo ha sido ganarnos el cariño de nuestra audiencia y pasar a* ***ser******el programa en el que todo el mundo relevante quiere estar****. Hoy, si no se te nombra o no estás en ‘TEM’, eso es que no cortas el ‘bacalao’. Eso, y que nuestra audiencia sea de derechas, de izquierdas y… hasta de Toni Cantó”*.

*“Recuerdo un punto de inflexión, hacia el programa 50, cuando hubo una especie de refundación y decidimos dejar de ser bustos parlantes y empezar a destripar el guion. Hoy* ***el guion es más necesario que nunca, pero es sólo un punto de partida: las improvisaciones ya ocupan un porcentaje importante del programa****”*, asegura*.*

Respecto al futuro, Risto Mejide apunta: *“nuestros objetivos siguen y seguirán siendo los mismos que el primer día:* ***desmentir bulos de manera divertida, hablar sin tapujos con total libertad e independencia y entretener sin creernos ningún argumentario, sin ponernos ninguna camiseta*** *de ningún color. La opinión corre a cargo de algunos de los mejores periodistas y analistas políticos del país y aunque ‘TEM’ no sea un informativo, utiliza la actualidad para ironizar sobre nuestra clase política, porque, como decía aquél,* ***entre broma y broma, la verdad asoma****”.*

***“Lo solidario siempre me ha conmovido y durante los meses más duros de la pandemia hicimos un programa de servicio público”***

Por su parte, **Marta Flich**, reconoce sentirse *“muy orgullosa de haber alcanzado estas 600 emisiones, que espero que sean al menos las primeras de otras tantas más. Siento mucha felicidad por todo el trabajo que hay detrás y por que le guste al espectador, que es lo más importante, porque* ***hemos encontrado nuestra personalidad, hemos crecido y logrado tener un formato rompedor, reconocible y reconocido****”*.

La conductora ha añadido que *“****nuestro objetivo es******seguir siendo honestos, trabajando para nuestro público*** *y siendo muy felices y afortunados de lo que significa hoy en día formar parte de un proyecto de esta envergadura y con la responsabilidad que implica afrontar a diario este reto que es lo más precioso que profesionalmente hablando me ha pasado en la vida”.*

Ha recordado, además, uno de los momentos más emotivos para ella en estas 600 emisiones: *“Durante la pandemia me generó mucha ternura el caso de una mujer que comenzó a fabricar mascarillas para que la gente pudiera protegerse. Esta mujer es para mí quizá el testimonio más emotivo, por el momento que estábamos viviendo****. Lo solidario siempre me ha conmovido y creo que durante esos meses más duros de la pandemia hicimos un programa de servicio social y servicio público****, que es lo que se necesitaba en este momento”.*

**Crece en jóvenes y en el *target* más demandado por los anunciantes**

En la actual temporada, el espacio crece hasta el **6,6% en el *target* comercial** y destaca también su consumo entre los **jóvenes de 25 a 34 años con un 6,3%** y entre los adultos de 35 a 54 años con un 6,7%. En lo que respecta a los mercados autonómicos, logra un especial seguimiento en **Euskadi (8,8%), Madrid (8,3%), ‘Resto’ (6,5%), Aragón (6,4%), Murcia (6,1%) y Castilla y León (6,1%)**.

**Más de 1.750 directos, 2.000 conexiones online y 6.000 vídeos y reportajes**

A lo largo de estas 600 emisiones, el equipo de ‘Todo es mentira’ ha generado más de 1.750 conexiones en directo y otras 2.000 a través de herramientas digitales para estar **en el lugar de la noticia** **y dar voz a las figuras más relevantes de la actualidad**: presidentes, ministros, diputados y alcaldes, pero también representantes de diferentes colectivos sociales y laborales como hosteleros, taxistas, sanitarios, parados.

En estos casi dos años y medio, el espacio de Cuatro, que ha emitido **más de 6.000 vídeos y reportajes**, ha ofrecido **cobertura** **en directo de las** **noticias de mayor calado** que han tenido lugar en nuestro país, como la crisis en las calles de Barcelona en 2019 tras el encarcelamiento de los líderes independentistas, o la más reciente de Ceuta, con cientos de magrebíes intentando alcanzar a nado la playa de El Tarajal.

También ha abierto un **espacio para los debates electorales** ante los diferentes comicios que se han ido celebrando en nuestro país, como los presidenciales de 2019, los de la alcaldía de Barcelona y, recientemente, los de la Comunidad de Madrid, protagonizado este último por jóvenes representantes de las diferentes formaciones políticas en ‘El debate de los idealistas’.

El programa también ha denunciado **prácticas irregulares y a sus ‘protagonistas’**. Entre ellas, destacan los informes médicos falsos que un doctor firmaba en su clínica privada para quedar exento de llevar mascarilla, los intereses económicos que hay detrás de algunos negacionistas de la pandemia, la venta de productos milagro para hacer frente falsamente al coronavirus o la estafa de los bitcoin que trataba de captar inversores a través de rostros famosos.

Las redes sociales también se han hecho eco y han servido de altavoz a algunos de los contenidos más llamativos que se han ofrecido, como la **simbólica puesta en escena con** **724 pares de zapatos en el suelo, uno por cada fallecido notificado en un solo día por Covid**, con la que arrancó una edición del programa. O el impactante testimonio de un joven técnico de emergencias que tras 60 días en la UCI por coronavirus narró las graves secuelas con las que tenía que vivir cada día.

Por último, ‘Todo es mentira’ también se ha abierto a la **cultura**, con entrevistas a escritores de la talla de Javier Cercas, Juan José Millás, Juan Gómez-Jurado, Dolores Redondo, María Dueñas, Espido Freire y Javier Sierra, entre otros, y a la **historia**, con la sección **‘Vamos a contar verdades’** encabezada por las hermanas historiadoras María y Laura Lara Martínez.