Madrid, 3 de junio de 2021

**La entrevista en plató a Rocío Carrasco pone el broche de oro a ‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ ante más de 2,2M de seguidores y un *target* comercial del 31,2%**

**Más de 2,2M de espectadores y un 27,3% *share* siguieron ayer la última entrega del formato, con los espectadores de 25 a 54 años como sus mayores seguidores (32,2%)**

**Telecinco fue ayer la televisión más vista del día con su segundo mejor miércoles del año (18,2%)**

**Más de 2,2M de seguidores y un 27,3%** de *share* pusieron anoche el broche de oro a la última entrega de **‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’** con la entrevista en plató a Rocío Carrasco, situándose como **su mejor dato de las últimas cuatro semanas**. Duplicó a la oferta de Antena 3 en su franja (13,7%), con su público más afín entre los espectadores de **25 a 54 años, con un 32,2% de *share****,* 4 veces más que su inmediato competidor, que anota un 8,1% en esta horquilla de edad, y cuyos mayores seguidores volvieron a ser los espectadores mayores de 65 años (24,4%).

**‘Rocío, contar la verdad para**

**seguir viva’ (02/06/21)**

Creció casi 4 puntos en el ***target* más demandado por los anunciantes** hasta el **31,2% de *share*** y como ha sido habitual en todas sus entregas, se ha alzado con el mejor dato del día en todas las televisiones en el *target* comercial frente al descenso de casi 5 puntos de la oferta de Antena 3 (11,4%). Los espectadores de los mercados regionales de **Andalucía (34,9%), Murcia (33%) y Canarias (29,9%),** fueron sus mayores seguidores.

El **espacio previo** a la entrevista (17,8% y 2,7M) fue el **segundo espacio más visto del día** y lideró su franja de forma absoluta entre los espectadores menores de 54 años con un 20,9% de *share*.

Además, ayer volvieron a ser los espacios líderes en sus respectivas franjas **‘El programa de Ana Rosa’** (21,6% y 633.000), con una ventaja de casi 11puntos sobre ‘Espejo Público’ (12,7% y 367.000). Y **‘Sálvame Limón’** (13,9% y 1,5M) y **‘Sálvame Naranja’** (18,7% y 1,6M), en las que Antena 3 promedió un 9,7% y un 12,7% de *share*.

**Telecinco** fue la **televisión más vista del día** con su **segundo mejor dato en miércoles del año** **(18,2%)*,*** a casi 3 puntos de Antena 3 (15,4%). **Lideró las franjas de** **mañana** (20,1%); **tarde** (17,9%), ***late night*** (32%) y ***day time*** (19%). También coronó el ***target* comercial** del día con un 20,5% de *share*, frente al 13,3% de su rival.