

Madrid, 3 de junio de 2021

**‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’ finaliza con una media del 27,5% de *share* y 2,5M de espectadores**

**La serie documental, que ha liderado de forma absoluta en sus 12 entregas con datos por encima del 25%, se ha convertido en el programa de producción propia con mayor cuota de pantalla de la temporada y el mejor estreno del curso televisivo (3,7M y 33,2%).**

**Con una media del 31,8% de *share* en *target* comercial, el espacio de Telecinco ha conectado especialmente con los espectadores de 25 a 34 años (34,1%), sus principales seguidores**

*‘Cuando arrancamos, nuestra única intención era ayudar a una mujer que pedía un altavoz para romper su silencio. Rocío Carrasco sacudió la conciencia colectiva de un país al que aún le falta mucho para abrazar sin complejos la lucha de todas las víctimas contra la violencia de género. Ella abrió un debate apasionante y difícil de digerir que se ha colado a lo largo de tres meses en todas las casas. Creedme si os digo que no imaginábamos el impacto social que ha tenido. Esta era una serie pequeña, era una terapia hecha tele, pero vosotros la habéis hecho grande. Gracias. Esta serie es ya, la serie de las miles de mujeres que han llamado al 016; de la suegras que en la comida del domingo han dejado de callarse ante las bromas machistas de su yerno; de las adolescentes que han hablado con sus padres; de los jueces que han hablado con sus hijas; de los políticos que han sabido recoger el clamor popular y de los periodistas que hemos hecho autocritica y enmienda de nuestras acciones. Claro que hemos cometido errores y seguiremos cometiéndolos, pero lo que importa es lo que vamos a hacer a partir de hoy’.*

Con estas palabras, **Carlota Corredera** arrancaba anoche en Telecinco la emisión de la última entrega de **‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’**, la serie documental producida en colaboración con **La Fábrica de la Tele** quese haconfirmado como el **programa revelación la temporada,** **liderando de forma absoluta todas y cada una de sus 12 entregas** **con datos siempre por encima del 25% de *share* y** una media del **27,5% de cuota de pantalla y más de 2,5 M de espectadores.** Estos registros lo han convertido en el programa con **mejor *share* de la temporada y el mejor estreno del curso televisivo** (3,7M y 33,2%).

**‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’** también ha liderado todos los *targets* con una media del **31,8% en *target* comercial** y ha sumado otro hito al ser referencia absoluta en los públicos jóvenes, los más atractivos y dinámicos para los anunciantes, con sus seguidores **más afines entre el público de 25 a 34 años (34,1%)**. Se ha impuesto en todos los mercados regionales, destacando especialmente en **Andalucía (36%), Asturias (27,6%), Murcia (29,4%) y el denominado ‘Resto’ (28,7%)** al superar la media nacional.