



RTVE apuesta por el entretenimiento útil con formatos liderados por Chenoa e Inés Hernand

La segunda temporada de 'Dog House' llega el martes y 'Ordena tu vida' ocuparía una noche del fin de semana

PEDRO PÉREZ BOZAL
Madrid

RTVE quiere prolongar la excelente racha de audiencia que atraviesa La 1 y demostrar que el éxito de su programación no depende únicamente de las tertulias políticas o de los realities protagonizados por famosos. La corporación ha presentado este martes dos formatos muy diferentes entre sí, pero con un mismo objetivo: ofrecer un entretenimiento cercano, útil y familiar. Se trata de la segunda temporada de 'Dog House' y del estreno de 'Ordena tu vida'.

La primera en llegar será 'Dog House', que estrenará su segunda temporada el próximo martes 21 de julio,

en torno a las 22:30 horas, tras 'Viaje al centro de la tele'. La elección de la fecha no es casual, ya que coincide con el Día Mundial del Perro. Por su parte, 'Ordena tu vida' todavía no tiene fecha oficial de estreno, aunque podría encontrar hueco en una de las noches del fin de semana. La parilla semanal de La 1 ya cuenta con 'El Grand Prix' los lunes, 'Maestros de la Costura Celebrity' los miércoles y el exitoso 'El perro andaluz' los jueves.

Durante la presentación, la directora de Producción de RTVE, Ana María Bordas, resumió la filosofía del nuevo programa de organización doméstica con una idea clara: «Orden mental, orden físico». El formato, adaptación del exitoso británico 'Sort Your Life Out', de la BBC, propone vaciar por completo una vivienda, trasladar todas las pertenencias a un gran almacén y ayudar a las familias a decidir qué conservar, qué donar, qué reciclar o qué vender antes de reorganizar su hogar.

La encargada de conducir esta

adaptación será Inés Hernand, que quiso dejar claro que el espacio va mucho más allá de ofrecer trucos de limpieza. «Además de consejos sencillos y útiles sobre limpieza y orden, vamos a ver realidades sobre las dificultades de la vivienda», explicó la presentadora. Hernand recordó que muchas familias viven cada vez más en espacios reducidos y aseguró que el programa reflejará esa realidad.

La comunicadora confesó además algunas de las situaciones más sorprendentes que han encontrado durante las grabaciones. Entre risas habló de colecciones imposibles, objetos acumulados durante décadas e incluso de personas que todavía conservan el cordón umbilical o dientes de leche. Este espacio promueve dar una segunda vida a los objetos mediante el reciclaje, la venta o la donación, una filosofía que inevitablemente recuerda al fenómeno internacional popularizado por Marie Kondo.

La otra gran apuesta será el regreso de 'Dog House', de nuevo con Che-

noa al frente. El programa mantiene intacta su esencia: poner en contacto a perros abandonados con familias dispuestas a adoptar. Según recordó la cantante, en España fueron abandonados 285.000 animales durante 2025, de los que 169.000 eran perros y 116.000 gatos, lo que sitúa al país entre los de mayor abandono de animales de Europa.

«Mucha gente abandona perros y este programa fomenta justamente lo contrario», destacó la dircom de RTVE, María Eizaguirre, durante el acto. El productor ejecutivo, Edi Walter, definió la nueva temporada como un espacio lleno de «historias de vida maravillosas».

Protectoras y voluntarios

Entre las novedades de esta segunda entrega destacan las colaboraciones con la ONCE y con la selección española de fútbol femenino. El programa mostrará el recorrido de algunos perros hasta convertirse en perros guía, además de acercarse al tra-

bajo de las casas de acogida y de los voluntarios que hacen posible las adopciones.

Visiblemente emocionada, Chenoa reconoció que todas las historias le han marcado, especialmente los desenlaces. La cantante insistió en que el programa permite conocer de dónde vienen los animales, qué les ha ocurrido antes de llegar a la protectora y el enorme trabajo que realizan quienes les ofrecen una segunda oportunidad. En esta temporada tampoco faltarán historias especialmente conmovedoras, como la de un hombre enfermo que se ve obligado a entregar a su perro para garantizar su bienestar.

Con estas dos apuestas, RTVE busca consolidar una estrategia basada en formatos internacionales de éxito adaptados al público español, pero también reforzar una idea que la corporación quiso repetir durante toda la presentación: el entretenimiento puede emocionar, ser útil y prestar un servicio público al mismo tiempo.

El buen momento de RTVE llega respaldado por las audiencias. La 1 cerró la temporada con un 12,2% de cuota de pantalla, 1,9 puntos más que el curso anterior, firmando el mayor crecimiento de su historia y su mejor resultado en los últimos 14 años.