

> 15 de julio de 2026 a las 0:00



RTVE apuesta por el entretenimiento útil con Chenoa e Inés Hernand

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

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 presentó ayer 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, a las 22.30, 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 parrilla 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 fami-



Chenoa, en la presentación de la segunda temporada de *Dog House*. EP

lias 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 en espacios más reducidos y aseguró que el programa reflejará esa realidad social.

La comunicadora confesó 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 Chenoa 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 pe-

rrros y este programa fomenta justamente lo contrario», destacó la *dircom* de RTVE, María Eizaguirre. 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 la selección española de fútbol femenino. El programa mostrará el recorrido de algunos canes hasta convertirse en perros guía, además de acercarse al trabajo de las casas de acogida y de voluntarios que hacen posible las adopciones. Y participarán rostros conocidos como la actriz Nathalie Seseña.

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 en la presentación: el entretenimiento puede emocionar, ser útil y prestar un servicio público. El buen momento llega respaldado por los datos de audiencia. La 1 cerró la temporada con un 12,2 % de cuota de pantalla, lo cual supone 1,9 puntos más que el curso anterior firmando el mayor crecimiento de su historia y su mejor resultado en los últimos 14 años.

PEDRO PÉREZ BOZAL