

Las Campanadas de Chenoa y Estopa en TVE eclipsan a Pedroche y Chicote

La cadena pública recupera el control absoluto en Nochevieja mejorando sus datos, mientras que Telecinco no llega al 4% de cuota

J. MORENO

MADRID. RTVE mantiene el liderazgo absoluto en Nochevieja. La retransmisión de las Campanadas presentada por los cantantes Chenoa y Estopa no solo logró ser la opción favorita de los espectadores españoles sino que mejoró los datos del año anterior y amplió considerablemente la distancia entre la cadena pública y su principal rival.

En concreto, el programa de La 1 marcó un 34% de 'share' y 4.993.000 espectadores, lo que supone una subida de 2,8 puntos y de 193.000 televidentes respecto a 2025, cuando la pareja formada por David Broncano y Lalachus registraron un 31,2% y 4,8 millones de seguidores. En el minuto de las doce uvas (a las cero horas), el interés por la cadena pública se disparó al 36,3% y más de 5,8 millones.

En esta ocasión, TVE volvió a optar por emitir las Campanadas en todos los canales del grupo. En La 2, Chenoa y Estopa también anotaron grandes resultados de audiencia: un 5,1% de 'share' y 752.000 fieles. En total, la retransmisión del minuto de las doce uvas en todos los canales de RTVE sumó un 43,4% de cuota y 6.961.000 seguidores. Es el mejor dato de las Campanadas de RTVE desde el año 2015.

La hegemonía de la televisión pública eclipsó en cierta manera a Cristina Pedroche y Alberto Chicote en Antena 3. La dupla de Atresmedia anotó un gran dato de audiencia, un 22,8% de cuota y 3.273.000 espectadores, pero cae 5,3 puntos y algo más de un millón de seguidores en



Los Estopa y Chenoa brindan justo después de sonar las Campanadas. R. C.

comparación con el año pasado.

Ni siquiera el momento en el que la presentadora mostró su vestido al público generó el interés que provocaba otros 31 de diciembre, cuando la curva de audiencia subía considerablemente en detrimento de la retransmisión de La 1. En el minuto de las uvas la audiencia subió al 24,1% y más de 3,8 millones de espectadores (una pérdida de 7,5 puntos y 1,6 millones respecto a la anterior Nochevieja).

No obstante, la caída de la despedida del año en Antena 3 quedó amortizada por la subida de su cadena hermana, la Sexta, que optó por ofrecer en

'simulcast', al igual que TVE, el programa presentado por Pedroche y Chicote. La estrategia funcionó aquí: un 5,9% y 853.000 televidentes. En el minuto exacto de las Campanadas se elevó a un 6,5% y 1.045.000 fieles. La suma de las dos cadenas de Atresmedia en el momento más importante de la Nochevieja congregó a un 30,6% de cuota y 4.916.000 espectadores.

El traspíe de la Nochevieja se lo llevó Telecinco con las Campanadas menos vistas de su historia. La cadena optó por llevar la bienvenida al 2026 a la estación de esquí de Formigal (Huesca) y eligió como presentadores a Sandra Barneda y Xuso Jones.



Cristina Pedroche. EFE

La emisión apenas reunió a un 3,6% de la audiencia y 505.000 seguidores, unos números que bajaron al 3% en el minuto de las doce uvas. En Cuatro la misma retransmisión especial desde la nieve se tuvo que conformar con un 1,5% y 208.000 espectadores.

El regreso de Amaia Montero

Respecto a las televisiones autonómicas, TV3 logró el liderazgo con un 36,1% de 'share' y 916.000 espectadores en Cataluña. También la despedida del año en Televisión Canaria arrasó con un 72,6% de cuota de pantalla. Así, el consumo total de televisión en el minuto de las Campanadas fue de 16 millones de espectadores, lo que representa una caída de 5,9 puntos respecto al año pasado y un nuevo mínimo histórico en el consumo de Nochevieja, según el informe de Barlovento Comunicación.

En el 'prime time' del 31 de diciembre, la televisión pública volvió a dominar con el especial de José Mota en La 1. 'El juego de camelar' lideró con un 34,6% de cuota y más de 3,5 millones de espectadores, su mejor 'share' desde el año 2018.

Después, el estreno de 'La casa de la música', que dio el pistoletazo de salida a los 70 años de TVE, se emitió con un gran 39% de audiencia y más de 4,5 millones (sumando todos sus canales). En este espacio, la actuación de La Oreja de Van Gogh, con el regreso de Amaia Montero, registró un 41,5% y 4,9 millones de espectadores. Después de las uvas, la gala musical '¡Feliz 2026!' se quedó con un buen 32% y 3,5 millones de fieles.

Tras las Campanadas, la 'Nochevieja a Cachitos' de La 2 fue lo más visto del año en la cadena: reunió a una media de 1.355.000 seguidores y un 13,2% de cuota. Antena 3, por su parte, también logró aceptables datos con sus programas especiales por Nochevieja: un 14,4% y 1,5 millones para el refrito 'Adiós, 2025', que condujeron Roberto Leal y Eva González; y un 14% y 1,4 millones de seguidores para el karaoke 'Cantando al 2026', que se ofreció después de las uvas.

CRÍTICA DE TELEVISIÓN BORJA CRESPO

Balance del año



Balance del año o balance de daños, depende de cómo se mire. 2025 se fue y van estas modestas líneas como repaso a una temporada finiquitada con pocas sorpresas en el terreno televisivo. Consoli-

dado el auge desmedido del fenómeno 'true crime', reconfirmando el interés del espectador por los asesinatos basados en hechos reales, el género se expande, manipulando descaradamente el relato oficial en pos del

morbo. La serie 'Monstruo: La historia de Ed Gein' es un claro ejemplo de la romantización de un tema espinoso, con abundantes licencias creativas para embaucar al gran público. 'El monstruo de Florencia', con menor tirón, y 'Devil in Disguise: John Wayne Gacy', son mejores apuestas. Los criminales sádicos que emulan las peripecias del psycho-killer de 'Seven', dando matarile a sus víctimas mientras suena música clásica a todo trapo, son legión en la ficción. Una

epidemia. 'Innato' y 'Ciudad de sombras' —el trabajo póstumo de Verónica Echegui— han acabado estos días en el top de Netflix.

Thrillers tan entretenidos como poco originales. Cuánto daño hizo 'El silencio de los corderos'. En 2025 varios fenómenos se han desinflado en su clímax: 'El juego del calamar' y 'Stranger Things'. Hay signos de cansancio en el espectador. Los monólogos de Ricky Gervais y David Chappelle, cerrando el año, han tenido poca gracia o ninguna,

repetitivos e insistentes. La nueva temporada de 'Black Mirror', ¡la séptima!, vuelve a alertar sobre los peligros de la IA. Ya vamos tarde. Series como 'It: Bienvenidos a Derry' han recuperado el estreno semanal de episodios, como antaño. Se crea mayor interés, con teorías y debates en internet. 2025 ha sido el año del fracaso de 'Gran Hermano'. Ha cogido el testigo 'La Casa de los Gemelos' en YouTube, o eso dicen. Menos mal que nos queda 'Poquita fe'.