I'm not a bot

# Ranking campanadas 2025

La actriz y cómica Lalachus y el presentador y humorista David Broncano. EFE/RTVE Madrid (EFE).- David Broncano y Lalachus han recuperado para TVE el liderazgo de las campanadas en 2024, desbancando a Cristina Pedroche y Alberto Chicote en Antena 3, en un nuevo capítulo del duelo sobre las audiencias y con polémica religiosa incluida. TVE consigue el primer puesto en la retransmisión de las campanadas por una diferencia de 92.000 espectadores, 5.642.000 y una cuota de pantalla de 33,1 %, frente a 5.550.000 y 32,6 % del canal privado. Aunque la expectación por conocer el vestido de Cristina Pedroche instantes antes de comenzar las campanadas ha dado a Antena 3 el minuto de oro del mes de diciembre, con una audiencia de 6 millones. David Broncano y Lalachus, durante las campanadas. EFE/RTVE Según los datos facilitados por la consultora Barlovento, el ránking de cadenas más vistas en el minuto de las campanadas continúa con La 2, con 1.004.000 espectadores y 5,9 % de cuota; TV3, con 874.000 de espectadores y 32,7 % de cuota; y Tele5, con 600.000 espectadores y 3,5 % de cuota. Por debajo, siguieron las campanadas en Canal Sur 542.000 espectadores y en La Sexta, 394.000. La cadena que pierde más espectadores es Tele5 (518.000 menos), seguida de la Sexta con una caída de 383.000. El presidente de RTVE, José Pablo López, ha celebrado la audiencia obtenida por la cadena durante la retransmisión de las campanadas, unos datos que «devuelven el liderazgo a TVE en las campanadas». El presidente de la Conferencia Episcopal lamenta que en las campanadas de TVE se hiciera burla de un símbolo cristiano La emisión en todos los canales de RTVE reunió a 5.958.000 frente al televisor y logró un 38,7 % de cuota, con hasta 10.382.000 espectadores únicos. El 44 % de la audiencia total se tomó las uvas con RTVE, un récord desde 2018 y ocho puntos más que en 2023, destaca la corporación. López destaca el hecho de que otra generación haya protagonizado las campanada y que se haya elevado la audiencia en los jóvenes. El interés por la televisión que ha conseguido el duelo entre ‘La Revuelta’ y ‘El Hormiguero’ se ha trasladado también a las Campanadas, seguidas por un millón más de espectadores que hace un año. Fueron vistas por 16,1 millones de personas, con una cuota de pantalla del 94,6 % en el total de la cadenas que las retransmitieron; respecto al año anterior ha subido un 1,3 % de cuota de pantalla. Una expectación protagonista de la conversación social en redes sobre los datos de seguimiento y el compromiso de Broncano con Belén Esteban de participar en un programa de ‘La Revuelta’ si conseguía el liderazgo. TVE y La 1, líderes en Nochevieja Las Campanadas, 38,7% a 10.6 puntos A medianoche TVE logra 42%, con sus mejores datos en jóvenesLa 1 (18%) logra su mejor Nochevieja en 6 años y es líder con José Mota y ¡Feliz 2025!’Cachitos’ récord histórico ►► José Pablo López (@Josepablo_ls) January 2, 2025 La retransmisión en TVE termina con polémica y denuncia por delitos de odio y contra los sentimientos religiosos anunciada por Abogados Cristianos y HazteOir, después de que Lalachus mostrara una estampa religiosa del Sagrado Corazón de Jesús con la cabeza de la vaquilla de Gran Prix. Desde la Iglesia, el arzobispo de Sevilla, José Ángel Saiz Meneses, se ha sumado este jueves a las críticas del presidente de la Conferencia Episcopal Española, monseñor Luis Argüello, por la «burla de un símbolo cristiano». Entre las primeras reacciones a esta polémica está la del ministro de Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes, Félix Bolaños, quien anunció el impulso de «la reforma del delito de ofensas religiosas para garantizar la libertad de expresión y creación», un artículo del Código Penal que en los últimos años han luchado por derogar primero Unidas Podemos y después Sumar y cuya reforma promete liderar ahora el Gobierno. Si quieres publicar este contenido, visita EFE Servicios Igual que parecía imposible imponerse a El Hormiguero, resultaba muy difícil pensar que el “efecto Pedroche” fuese desbancado. Pero La 1 de TVE lidera las Campanadas 2024 - 2025 y recupera el control que llevaba tres años ostentando Antena 3. La cadena pública es primera opción de la retransmisión completa con un 31.2% de cuota y 4.800.000 espectadores, y también en el minuto de las uvas cuando se sitúa en los 5.642.000 seguidores y 33.1% de share. Así fueron las Campanadas 2024 - 2025, con Pedroche de "leche materna" y saludo de Broncano y Lalachus al balcón de Antena 3 En ambos casos el protagonista es el mismo: David Broncano y el universo de La Revuelta. En esta ocasión junto a Lalachus, la pareja de cómicos se atrevió a arriesgar en una retransmisión anclada en la tradición llegando a saludar de tejado a tejado a sus "rivales" Cristina Pedroche y Alberto Chicote. Y su comedia obtuvo el respaldo y el premio de la audiencia, haciendo que La 1 creciese 5.1 puntos y 910.000 espectadores respecto a las Campanadas 2023-2024 y recuperase el liderazgo de la retransmisión. También en el minuto de las uvas se aupó 1.246.000 seguidores y 6.1 puntos al comparar con el año anterior. TVE perdió por primera vez el liderazgo de esta señalada retransmisión en las Campanadas 2021-2022, cuando Antena 3 se impuso en las uvas con 37.9% por el 23.9% de la pública (-14 puntos). Antena 3 se mantuvo por delante los dos años siguientes, aunque La 1 fue recortando: 39% a 26.1% en 2022-2023 (-12.9 puntos), y 34.4% a 27% en 2023-2024 (-7.4 puntos). El año pasado fue la primera vez que el “efecto Pedroche” bajó y pareció notar el desgaste de su exitosa táctica. A la segunda, La 1 de TVE ha acabado con esa enorme desigualdad y liderado con 3.1 puntos de ventaja en la retransmisión completa y medio punto en las uvas. Son las mejores Campanadas en cuota de La 1 desde las de 2019-2020. Porque además de ceder el liderazgo, la retransmisión de Antena 3 baja por segundo año consecutivo, aunque ligeramente. El triunfal camino que habían logrado Cristina Pedroche y Alberto Chicote, que creció año tras año hasta acabar imponiéndose e incluso dominando a la tradicional victoria de TVE, ya suscitó dudas el año pasado con su bajada, y este ha caído ante la apuesta de la pública por David Broncano y Lalachus. Las Campanadas de la cadena de Atresmedia mantienen un 28.1% de cuota y 4.345.000 espectadores, mientras que en el minuto de las uvas reúnen a 5.550.000 seguidores y 32.6% de share. Sigue siendo un muy buen dato si tenemos en cuenta que hace cinco años la cadena tuvo en su minuto de las uvas un 26.5%, y hace una década apenas un 8.5% y fue cuarta opción tras La 1, Telecinco y laSexta... con el inicio precisamente del “efecto Pedroche” en su hermana pequeña. De hecho, Antena 3 crece 36.000 espectadores (aunque baja nueve décimas) respecto a sus Campanadas 2023-2024, pese a perder el liderazgo tras tres años y después de dilapidar una ventaja que llegó a ser de 14 puntos en las de 2021-2022. En el minuto de las uvas, Antena 3 cede 58.000 seguidores y 1.8 puntos al comparar con el año pasado, pero aun así el “efecto Pedroche” sigue funcionando. Un dato lo reafirma: son las cuartas mejores Campanadas en cuota de Antena 3 de toda su historia. Audiencias Campanadas 2024 - 2025: La 1: 'Campanadas de fin de año' (23:32 - 0:07 h.): 31.2% y 4.800.000 Antena 3: 'Campanadas 2025' (23:35 - 00:05 h.): 28.1% y 4.345.000 La 2: 'Campanadas de fin de año' (23:34 - 0:09 h.): 5.1% y 783.000 (simulcast) Telecinco: 'Juntos al 2025' (23:37 - 0:13 h.): 4.8% y 753.000 laSexta: 'Directo al 2025' (23:40 - 0:07 h.): 2.8% y 438.000 Cuatro: 'Juntos al 2025' (23:37 - 0:13 h.): 1.5% y 234.000 (simulcast) Audiencias minuto uvas (0:00 a 0:01 h.): La 1: 5.642.000 y 33.1% Antena 3: 5.550.000 y 32.6% La 2: 1.004.000 y 5.9% (simulcast) Telecinco: 600.000 y 3.5% laSexta: 394.000 y 2.3% Cuatro: 176.000 y 1% (simulcast) Que el resultado de Antena 3 sigue siendo bueno, aunque no alcance al de la cadena pública, se demuestra al comparar con las otras Campanadas de las privadas, en las que sí sigue siendo líder prácticamente por incomparecencia de su rival. Y es que las Campanadas 2024 - 2025 de Telecinco se quedan con un 4.8% de cuota y 753.000 espectadores en su retransmisión completa, mientras que en el minuto de las uvas apenas reúnen a 600.000 seguidores y 3.5% de share. La apuesta de Mediaset por Ion Aramendi y Blanca Romero, además desplazando la retransmisión a Lanzarote, no consigue siquiera ser relevante y se queda fuera de los focos del duelo entre TVE y Antena 3. La cadena paga esa indiferencia con una bajada de 3.2 puntos y 432.000 espectadores respecto al año pasado, que no es mayor porque ya se mueve en unos márgenes mínimos desde hace años, sin sombra de competitividad. En el minuto de las uvas, la pérdida es de 518.000 seguidores y 3.4 puntos. Son las segundas Campanadas con menos cuota de la historia de Telecinco, sólo por detrás de las de 2001-2002. El análisis de las Campanadas 2024 - 2025 de laSexta debe ser siempre distinto porque es la única “hermana pequeña” de su grupo que apuesta por una retransmisión propia y diferenciada, al contrario que La 2 y Cuatro que realizan simulcast con TVE y Mediaset. En esta ocasión, los más fieles del canal siguieron acompañando a Dani Mateo y Cristina Pardo con un 2.8% de cuota y 438.000 espectadores en la retransmisión completa, y en el minuto de las uvas con 394.000 seguidores y 2.3% de share. El dato supone una bajada de 2 puntos y 289.000 espectadores al comparar con las Campanadas del año anterior. En el minuto de las uvas, laSexta cae 383.000 seguidores y 2.5 puntos. Son las Campanadas con menos cuota de laSexta desde las de 2011-2012. TVE se refuerza con su 'simulcast' sobre todo en La 2 Como decimos, tanto TVE como Mediaset apostaron por retransmisiones en simulcast. En el caso de la privada, retomando esa fórmula tras no hacerla el año anterior, cuando Cuatro no retransmitió las Campanadas de su grupo, que apostó por concentrar su audiencia en una sola cadena y le salió bien. En esta ocasión, TVE refuerza su liderazgo principalmente gracias al dato de La 2, que en las Campanadas aporta un 5.1% de cuota y 783.000 espectadores, y en las uvas 1.004.000 seguidores y 5.9% de share. Un dato especialmente alto que sitúa a la cadena en tercera plaza, superando a Telecinco, laSexta y Cuatro. La corporación pública también dejó ver su retransmisión con Broncano y Lalachus en el Canal 24h, Clan y Teledeporte, el resto de sus cadenas. En total del simulcast, las Campanadas 2024 - 2025 de RTVE reunieron a 7.148.000 espectadores. - Total de Audiencias de las uvas 2024 - 2025 de RTVE: La 1: 5.642.000 y 33.1% La 2: 1.004.000 y 5.9% Canal 24h: 309.000 y 1.8% Teledeporte: 108.000 y 0.6% Clan: 85.000 y 0.5% TOTAL: 7.148.000 y 41.9% La aportación de Cuatro es aún más baja a la que venía dando antes de no retransmitir las Campanadas de Mediaset el año pasado. El canal secundario del grupo aporta un 1.5% de cuota y 234.000 espectadores en la retransmisión completa, y en las uvas 176.000 seguidores y 1% de share. Sumándolo al dato de Telecinco, hace que las Campanadas 2024 - 2025 de Mediaset tuvieran apenas 776.000 espectadores. Si se considerase simulcast la suma de las retransmisiones propias y diferenciadas de Antena 3 y laSexta, el dato de Atresmedia sería de 5.944.000 espectadores. TV3 domina en las autonómicas y es tercera a nivel global Como ya recogimos, también las cadenas autonómicas se volcaron una vez más con la retransmisión de las Campanadas 2024 - 2025. Aunque en este apartado no hubo sorpresas, y la catalana TV3 volvió a ser la más vista con 32.2% de cuota y 824.000 espectadores. Un dato tan potente que, pese a únicamente verse en Catalunya, la sitúa a nivel global como la tercera cadena más seguida, sólo por detrás de La 1 y Antena 3. Por el cambio horario también despunta la TV Canaria, cuyas Campanadas de la Comunidad, una hora más tarde que en la península, alcanzan un 48.6% de cuota y 389.000 espectadores. Este es el resumen de las autonómicas elaborado por la consultora DOS30': Las uvas reunieron más espectadores, con 16,1 millones En total, las retransmisiones de las Campanadas que realizaron 31 cadenas diferentes reunieron en el minuto de las uvas a 16.106.000 espectadores y un 94.6% de cuota de pantalla. Es un buen dato si comparamos con el año anterior, cuando tuvieron 15.199.000 espectadores y 93.3% de cuota. Supone un incremento de 916.000 espectadores y 1.3 puntos de cuota. Al repasar el perfil de los espectadores, se observa gran igualdad, lógico al concitar a la práctica totalidad de la población: Más interesante es el análisis ralizado por Hugo Carabaña, que ha compartido cómo fue el seguimiento de las Campanadas por regiones. La 1 es primera opción en todas ellas salvo en dos que son fieles a Antena 3 (Andalucía y Aragón), y una para cada una de las autonómicas TV3 (Catalunya) y TV Can (Canarias). *Análisis completo La 1 domina la Nochevieja con repunte de José Mota y 'Cachitos' firma un nuevo récord con su especial en La 2 [También puede consultar las audiencias de la Nochevieja en este otro artículo, y las audiencias del 1 de enero en este otro artículo]. David Broncano y Lalachus han liderado la audiencia de las campanadas de 2025 con 5.642.000 espectadores y han desbancado a Cristina Pedroche y Alberto Chicote (5.550.000) en Antena 3, que desde 2022 era la cadena preferida para dar la bienvenida al nuevo año. Según los datos facilitados por la consultora Barlovento, TVE recupera el primer puesto por una diferencia de 92.000 espectadores frente a Antena 3 y un 33,1 % de cuota de pantalla, medio punto más que el canal privado (32,6). Les siguen en el ránking de cadenas más vistas en el minuto de las Campanadas La 2 con 1.004.000 espectadores y 5,9 % de cuota; TV3, con 874.000 de espectadores y 32,7 % de cuota; y T5, con 600.000 espectadores y 3,5 % de cuota. Por debajo, siguieron las campanadas en Canal Sur 542.000 espectadores y en La Sexta, 394.000. Las campanadas fueron vistas por 16,1 millones de personas, con una cuota de pantalla del 94,6 % en el total de la cadenas que las retransmitieron; respecto al año anterior ha subido casi un millón de espectadores y un 1,3 % de cuota de pantalla. La cadena que pierde más espectadores es Tele5 (518.000), seguida de la Sexta (383.000). Según el histórico de los últimos 8 años, el año con más audiencia fue 2020 con 21.061.000 espectadores y una cuota del 94,4 %. El consumo total de televisión fue de 17 millones, aumenta 739.000 (5 %) en la comparación con 2023 cuando se registraron 16,3 millones de espectadores. ETIQUETAS MontajeDavid Broncano y Lalachus han dado la 'Campanada'. Tras tres años de liderazgo de Antena 3 en la última noche del año gracias al 'efecto Pedroche', TVE ha conseguido recuperar la cabeza en las audiencias de las Campanadas gracias al efecto David Broncano y LalaChus, según los datos publicados por Barlovento Comunicación y por Dos30'.Audiencias Campanadas 2024-2025: TVE le quita el liderazgo a Antena 3RTVELa 1 lideró desde la Puerta del Sol, con un 31, 2% de de cuota de pantalla y 4,8 millones de espectadores de media, frente al 28,1% y 4,3 millones de Antena 3. TVE también lideró durante las 12 uvas, en el que creció hasta el 39% y 6,7 millones de espectadores, sumando los datos de La 1 y La 2. La cadena de Atresmedia en este primer minuto del año logró un 32,6% de de cuota de pantalla y 5,6 millones de espectadores de media. Por lo que el minuto de oro también fue para Broncano y Lalachus.Fueron unas Campanadas que dejaron varios momentos que pasarán a la historia de la televisión. Desde el balcón, David Broncano y Lalachus han hecho historia saludando a Cristina Pedroche y Alberto Chicote con un megáfono y enfocándolos desde las cámaras de TVE. Un momento muy comentado, que ellos se tomaban con humor. "Esto está feísimo, pero es gracioso", comentaban ambos dejando claro que habían hecho historia.Antena 3Por su parte, Cristina Pedroche volvió a dar que hablar con su vestido. Para esta ocasión, Cristina Pedroche ha apostado por un vestido inspirado en las Meninas, obra del artista español Diego Velázquez. En color nude, con un gran tocado de plumas y pedrería. Un vestido diseñado con su propia leche materna de 42 kilos de peso, confeccionado en crochet de algodón con 8.500 cristales incrustados y creados a partir de gotas de leche materna cristalizada.Por su parte, Telecinco no logra dar con la tecla durante las Campanadas. Ion Aramendi y Blanca Romero acompañaron a un 3,5% de los televidentes con 600.000 espectadores, mientras que Cristina Pardo y Dani Mateo se conformaron con 394.000 espectadores y un 2,3% de share.Ignacio Herruzo MartínezIgnacio es experto en cultura, pero desde hace más de 10 años se ha especializado en cine y series, tanto las que se estrenan en la gran pantalla como en las plataformas de streaming. Lo mismo te habla de los estrenos de Netflix, HBO Max o Amazon Prime Video, como que te cuenta la última hora de ‘Masterchef’ o de cualquier otro programa de televisión. Con ya una larga experiencia como crítico, conoce las mejores series y películas y le encanta verlas antes que tú para poder decirte si merecen la pena o no. Conoce todos los estrenos de la semana y le encanta recomendar series y películas a sus amigos, familiares y a los lectores, algo que ha ido haciendo en diferentes blogs personales y a través de las redes sociales. Le gusta todo: sigue a grandes directores como Martin Scorsese, Quentin Tarantino o Steven Spielberg, y se sabe de memoria todo el universo de Marvel, Star Wars, El señor de los anillos y el mundo Disney. La cultura es su principal hobby y aunque se considera un cinéfilo, también le encanta la música, sobre todo internacional, y los videojuegos, a los que dedica todo el tiempo que le deja el cine y las series, claro. El deporte es su otra pasión, que desarrolló en sus inicios en el diario deportivo MARCA. Ignacio Herruzo es Graduado en Periodismo por la Universidad Rey Juan Carlos en 2012. Desde entonces no ha parado de escribir desde que comenzó en 2013 en el grupo Hearst, donde ha ejercido de redactor en diferentes webs y revistas como Teleprograma, Supertele y Diez Minutos. David Broncano y Lalachus han liderado la audiencia de las campanadas de 2025 en TVE con 5.642.000 espectadores y han desbancado a Cristina Pedroche y Alberto Chicote (5.550.000) en Antena 3, que desde 2022 era la cadena preferida para dar la bienvenida al nuevo año. Según los datos facilitados por la consultora Barlovento, TVE recupera el primer puesto por una diferencia de 92.000 espectadores frente a Antena 3 y un 33,1% de cuota de pantalla, medio punto más que el canal privado (32,6%). Les siguen en el ránking de cadenas más vistas en el minuto de las Campanadas La 2 con 1.004.000 espectadores y 5,9% de cuota; TV3, con 874.000 de espectadores y 32,7% de cuota; y T5, con 600.000 espectadores y 3,5% de cuota. Por debajo, siguieron las campanadas en Canal Sur 542.000 espectadores y en La Sexta, 394.000. Las campanadas fueron vistas por 16,1 millones de personas, con una cuota de pantalla del 94,6% en el total de las cadenas que las retransmitieron; respecto al año anterior ha subido casi un millón de espectadores y un 1,3% de cuota de pantalla. La cadena que pierde más espectadores es Tele5 (518.000), seguida de la Sexta (383.000). Según el histórico de los últimos ocho años, el año con más audiencia fue 2020, con 21.061.000 espectadores y una cuota del 94,4%. El consumo total de televisión fue de 17 millones, aumenta 739.000 (5%) en la comparación con 2023 cuando se registraron 16,3 millones de espectadores. Por Alejandro Burrueco Marín | Publicado: Jueves 2 Enero 2025 12:44 Gracias a las Campanadas, el primer minuto del año suele ser uno de los que mayor consumo televisivo recoge. En esta ocasión no podía ser menos, ya que el 1 de enero de 00:00h a 00:01h había más de 17 millones de espectadores viendo la televisión al mismo tiempo, lo que supone un crecimiento del +5% respecto al dato de consumo de 2023. Gracias al informe de Dos30' podemos desglosar algunos de los datos de las audiencias de las Campanadas 2024/2025. Ranking total de cadenas de 00:00h a 00:01h Con el sorpaso de La 1, la cadena pública lideró el ranking con el primer minuto más visto, con 5.642.000 espectadores y un 33,1% de cuota de pantalla. Muy de cerca le sigue Antena 3 con 5.550.000 espectadores y un 32,6% de cuota. Los primeros puestos de la lista los completan La 2 con 1.004.000 espectadores y 5,9% de cuota; TV3 con 874.000 y 5,1% de cuota; y Telecinco con 600.000 espectadores y 3,5% de cuota. Por otro lado, el resto de los datos están recogidos en la siguiente tabla. Ranking total de cadenas de 00:00 a 00:01Evolución de la franja de 00:00 a 00:01 en las cadenas generalistasTal y como mencionábamos, La 1 ha ocupado el primer puesto del podio de este primer minuto, ya que ha cosechado su mejor dato desde 2019, recuperando el liderazgo histórico que Antena 3 le arrebató en 2021. De esta manera, el canal de Atresmedia, con una bajada del -1,3% respecto al año anterior, vuelve a su habitual segundo puesto, que mantenía desde 2015 hasta su etapa de líder. Telecinco ha marcado su peor dato desde 2001, pero mantiene la tercera posición de las cadenas generalistas, un puesto que laSexta estuvo a punto de quitarle en 2021 y 2022. Evolución de las Campanadas en las cadenas generalistasAudiencias de las cadenas generalistasPoniendo el foco en los programas especiales de las Campanadas al completo, La 1, con 4.800.000 espectadores y 31,2% de cuota, se aleja de Antena 3, que alcanzó 4.345.000 espectadores y un 28,1% de share. La emisión multicanal de TVE en La 2 se hizo con el tercer puesto, con 783.000 espectadores y 5,1% de share, dejando cuarto a Telecinco, con 753.000 espectadores y 4,8% share. En el final de la tabla quedan laSexta, con 438.000 espectadores y 2,8% de share, y Cuatro, con 234.000 espectadores y 1,5% de share. Las posiciones de las cadenas generalistas de manera individual se mantienen al compararlas por grupos audiovisuales. TVE se refuerza en el computo de sus canales, alcanzando 7.148.00 espectadores y un 41,9% de share. Atresmedia coge distancia, pese a ofrecer dos opciones distintas con Antena 3 y laSexta, y llega a 5.994.00 espectadores con un 34,9% de share. A su vez, Mediaset queda a años luz de la competencia con 776.000 espectadores y un 4,5%.Audiencias de las cadenas autonómicasAudiencias de las Campanadas en las cadenas autonómicasLas cadenas autonómicas se hicieron su propio hueco en las diferentes comunidades. Han triunfado superando el undígito canales como TVC, con un 48,6% de cuota y 389.000 espectadores; TV3, con un 32,2% de cuota y 824.000 espectadores; Aragón TV, con un 18,8% de cuota y 98.000 espectadores; Canal sur, con 16,4% de cuota y 475.000 espectadores; y TVG, con 10,8% de cuota y 100.000 espectadores. Radiotelevisión Española revolucionó la pantalla el 31 de diciembre con resultados de audiencia históricos. Las Campanadas de Lalachus y David Broncano fueron líderes, a 10.6 puntos de la siguiente opción, y solo La 1 volvió a ser la más vista para tomarse las uvas. Además, la cadena ha recuperado el liderazgo en Navidad y consigue su mejor dato en este periodo desde 2019.La emisión en todos los canales de RTVE reunió a 5.958.000 personas y un 38,7% de cuota, con hasta 10.382.000 espectadores únicos. Y solo en La 1 congregó a 4.800.000, un 31,2% y 8.008.000 contactos. sEn el minuto de las Campanadas (00:00 horas), el dato ascendió a 7.148.000 y un 42% en RTVE, y 5.642.000 y un 33,1% solo en La 1. De toda la audiencia que se tomó las uvas delante del televisor, el 44% lo hizo en RTVE, récord desde 2018 y ocho puntos más que en 2023. Este momento exacto logró también datos muy elevados en jóvenes de 13 a 24 años (un 46% siguió la retransmisión de RTVE) y en la franja de 25 a 44 años (un 47,6%). El brindis de Lalachus y Broncano por el nuevo año Además, más de 300.000 espectadores (308.637) siguieron en directo en RTVE Play las Campanadas con Lalachus y Broncano, las más vistas en la historia de la plataforma. Y en las redes sociales de RTVE, los contenidos relacionados con Campanadas alcanzan 9,9 millones de visualizaciones y 456.000 interacciones. El contenido más viral fue el TikTok "¡FELIZ 2025! ►►► Que todos vuestros mejores deseos se cumplan", junto a los tuits "Imagina no quererles ❤►" y "El deseo de Broncano para este 2025".La campanadas de Canarias, con Roberto Herrera y Nia desde Arucas (Gran Canaria), obtienen un 28,5% y 3.625.000 a nivel nacional y un 19,1% y 148.000 espectadores en Canarias, donde logran su máximo desde 2021. Con un 18%, La 1 fue la cadena más vista el martes y logró su mejor Nochevieja en seis años. Un dato que se explica por el éxito de varios espacios.El resumen del año en los Telediarios, dirigido por Carlos del Amor, llegó a alcanzar 1.883.000 y un 18,7% en el TD2. La media del resumen en ambas ediciones del Telediarios es de un 16,2% y 1.585.000 espectadores, su máximo desde 2020. José Mota caracterizado como Indiana Jones en 'Operación IA IA OH' El especial de José Mota ‘2024: Operación IA IA OH’ obtiene 3.586.000 espectadores (récord desde 2020), un 31,8% (récord desde 2018) y hasta 6.159.000 contactos. En su franja de emisión, La 1 es la cadena con mayor crecimiento.’¡Feliz 2025!’, presentado por Oriol Nolis y Eva Soriano, logra 3.433.000 (máximo desde 2021), un 28,6% (máximo desde 2019) y 12.248.000 espectadores únicos. Es líder de su franja con una ventaja de 9.8 puntos. David Bustamante fue uno de los casi 100 artistas que pasaron la Nochevieja en 'Feliz 2025' de La 1 La 2, con una media del 5,9% el día 31, registra su mejor Nochevieja desde 2021. Y, como viene siendo habitual, ‘Cachitos Nochevieja’ vuelve a hacer historia, con récord en cuota: a lo largo de toda la noche, promedia un 15,3%, 1.474.000 espectadores y 5.819.000 contactos. Y antes de los rótulos, 'Cachitos Love The 90's', con Ángel Carmona En el primer día del año, se cumplió la tradición con La 1 como cadena más vista, con un 13,8%. El Concierto de Año Nuevo fue, una vez más, la estrella televisiva, con una media del 30,2% (récord desde 2022), 1.632.000 espectadores y un total de 4.348.000 contactos. Crece 2.6 puntos respecto a 2024 y lidera su franja con una ventaja de 23.4 puntos respecto a la segunda opción. El balance navideño (del 22 al 31 de diciembre) otorga a La 1 un 12%, con el que la cadena recupera el liderazgo de este periodo y logra su mejor Navidad desde 2019. Crece un 0.6% respecto a 2023 y es la única de las tres principales cadenas que mejora.