



Series cortas y de misterio son las favoritas en el *streaming*

Netflix lanzó un reporte con lo más visto del primer semestre, lo que ofrece una radiografía de qué está viendo la audiencia a nivel global.

ROMINA RAGLIANTI

Como ya hace algún tiempo, Netflix entregó su reporte con las cifras de visionado de los más de 7.500 títulos de su biblioteca entre enero y junio de 2025. El informe proporcionó algunas conclusiones interesantes sobre qué está viendo la audiencia del mundo en el *streaming*.

"Adolescencia" lidera la carga: La serie más vista de los primeros seis meses del año fue esta producción británica que también conquistó a la crítica y hoy compite por 13 premios Emmy. Acumuló un total de 144.800 millones de vistas, lo que demuestra que en el *streaming* el boca a boca y las temáticas que generan conversación superan muchas veces al marketing que hacen las plataformas, ya que al igual que otros fenómenos de Netflix, esta ficción aterrizó sin mayor promoción previa.

En el *ranking* de los 10 títulos más vistos, el segundo y tercer lugar lo ocupan la segunda y tercera temporada de "El juego del calamar", con 117 millones 300 mil vistas y 75 millones 500 mil, respectivamente. Hay que mencionar que esta última debutó el 27 de junio, por lo que esa cifra solo considerará tres días, toda una hazaña. Le siguen "Día cero" (61.300.000); "Me haces

falta" (58 millones); "American Murder: Gabby Petito" (56.100.000); "Ms. Rachel" (53.400.000); "Sirenas" (53.300.000); la segunda temporada de "El agente nocturno" (53.200.000) y la tercera de "Ginny & Georgia" (48.100.000).

No todo es anglosajón: Aunque Estados Unidos y el Reino Unido tienen varios de los mayores éxitos de la plataforma, más de un tercio de los 25 programas más vistos son hablados en un idioma diferente al inglés. Corea del Sur tiene una presencia importante con "El juego del calamar", pero también con "Si la vida te da mandarinas" (lugar 19) y "Héroes de guardia" (20). Otros éxitos provienen de Alemania ("Cassandra", lugar 15), Dinamarca ("Los secretos que ocultamos", lugar 21), España ("El jardinero", lugar 22), Suecia ("Los crímenes de Are", lugar 24) y Noruega ("La Palma", lugar 25).

La audiencia disfruta las series cortas: La mitad de los 10 títulos más vistos son miniseries, es decir, solo tienen una temporada. Tiene sentido, ya que mientras otras plataformas han optado por lanzar sus episodios gradualmente, Netflix sigue apostando por las maratones, lanzando todos los capítulos al mismo tiempo. Además, ha sido también foco de críticas por el retraso que hay entre temporadas de sus ma-

yores éxitos, como "Stranger Things" y "Bridgerton".

La fallida apuesta por los Sussex: En 2020, la plataforma firmó un contrato de exclusividad de supuestamente US\$ 100 millones con el príncipe Harry y Meghan Markle para crear contenidos para ellos. Sin embargo, el proyecto más reciente de la pareja, "Con amor, Meghan", que fue lanzado con bombos y platillos en marzo, ocupa el lugar 389 del *ranking*, con apenas 25 millones 500 mil vistas, algo que se ha repetido en casi todos los títulos de su productora Archewell Productions. Por ello, y aunque no se ha confirmado oficialmente, varios medios especializados han asegurado que el servicio no renovará el contrato con los duques.

Crimen y thriller son los géneros favoritos: De los 10 títulos más vistos, siete caen en esta categoría (seis ficciones y un documental). El resto son un programa infantil ("Ms. Rachel"), una comedia negra ("Sirenas", que igual tiene un componente de misterio) y un drama juvenil ("Ginny & Georgia").

El reporte también indica que en los seis primeros meses de 2025, los suscriptores vieron un total de 95 mil millones de horas de contenidos, un aumento en comparación con el año anterior en el mismo período, en que vieron 94 mil millones.