

Según Netflix, la serie El Eternauta aportó millones de pesos a la economía argentina

06/05/2025



El lanzamiento de la primera temporada de la esperada serie «El Eternauta» no solo ha marcado un hito sin precedentes en la producción audiovisual argentina por su ambiciosa adaptación de la icónica novela gráfica de Héctor G. Oesterheld y Francisco Solano López, sino que también ha dejado una huella imborrable en la economía nacional. La superproducción ha inyectado más de 41 mil millones de pesos a la economía del país¹, una cifra que dimensiona su impacto en el Producto Bruto Interno, considerando tanto el gasto directo en la filmación como el efecto dominó en toda la cadena de suministros.

Desde su estreno el pasado miércoles 30 de abril, la historia del improbable héroe Juan Salvo ha trascendido fronteras, alcanzando la cima del Top 10 global semanal de Netflix como la serie de habla no inglesa número 1, con un impresionante

registro de 10.8 millones de visualizaciones a nivel mundial. Este fenómeno cultural ha resonado en 87 países, incluyendo mercados clave como Brasil, Francia, India, Estados Unidos, Italia, México, Alemania y España, donde se ha posicionado firmemente en el Top 10 semanal de series.

El éxito arrollador de esta primera entrega ha allanado el camino para la confirmación de una segunda temporada, lo que augura un futuro prometedor para la producción audiovisual argentina y su capacidad de generar impacto económico y cultural a escala global.

La materialización de esta ambiciosa adaptación de «El Eternauta» comenzó en 2019, cuando se conformó un equipo íntegramente argentino para llevar adelante esta proeza creativa y técnica. El arduo trabajo de trasladar la complejidad de la novela gráfica a la pantalla demandó dos años de desarrollo y escritura de guiones, seguidos por cuatro meses y medio de intensa preproducción y 148 extenuantes jornadas de rodaje en diversas locaciones de Buenos Aires. La fase de postproducción se extendió por más de un año y medio, evidenciando la meticulosidad y el cuidado puesto en cada detalle.

La magnitud de la producción se refleja en las cifras: más de 50 locaciones reales y la creación de 35 escenarios virtuales dieron vida al universo de «El Eternauta». El proyecto involucró a un equipo humano de 2900 personas, entre talentoso elenco y numerosos extras. Un dato no menor que subraya la dedicación artística es la utilización de más de 500 máscaras para dar vida a los amenazantes seres que pueblan la historia.

El éxito de «El Eternauta» no solo celebra una obra cumbre de la literatura argentina, sino que también consolida la capacidad y el talento de la industria audiovisual local para producir contenidos de calidad global, generando un impacto positivo tanto en la cultura como en la economía del país. La confirmación de una segunda temporada es la prueba fehaciente

de que la historia de Juan Salvo tiene aún mucho que contar al mundo.