

# Paprika au ratacit publicul cu Rataciti in Panama

11 Nov 2009 [Biroul de Moravuri Usoare](#)



Pentru o emisiune de doua milioane de euro, *Rataciti in Panama* a facut doi lei jumate. Show-ul a avut un rating mediu de 1,4% - cit audienta de furnica, deci infim fata de cit s-a investit. Ca sa va faceti o idee comparativa: emisiunea *Lazarus Show*, care era difuzata in acelasi tronson orar, avea o audienta medie de 4,5% si un cost de 5.000 de euro pe episod; de 8 ori mai mic decit un episod de *Panama*, care costa in jur de 40.000 de euro. Celor care au deschis ziarele mai tirziu le reamintim ca formatul emisiunii e importat haaat, tocmai din Columbia. Cu diferenta ca la ei are succes.

Consecintele sint urmatoarele: turcii baga periodic Kanalul in sedinte naprasnice, in speranta ca vor intelege ceva din Romania (inutil, nici noua nu ne iese); relansarea mult visata de Andrei Gheorghe nu mai e de actualitate (asa, si?); sezonul doi al emisiunii e total compromis (in schimb, seria *Survivor* continua la AXN). in plus, un lucru e clar: exista o explicatie pentru esec. Unii experti sustin ca emisiunea a fost trinitita la montaj (de care s-a ocupat exclusiv firma de productie TV **Paprika**, pe care o stiti de pe genericele emisiunilor *Mondenii*, *Schimb de mame* sau *Super Nany*).

Scuza acestora din urma e ca materialele soseau din Panama prea tirziu pentru a fi montate cumsecade si ca numai un Steven Spielberg bine dopat ar fi putut face minuni in conditiile date. Cert e ca relatiile tensionate si foarte condimentate dintre Kanal D si Paprika pot avea o consecinta neasteptata pentru marele public: poate turcii or sa se-nvete minte si, data viitoare, or sa filmeze emisiunea pe Insula Mare a Brailei. in caz ca nu face rating, macar se mai taie din cheltuieli.