

# vivir [ + ]

La Prensa



IB MARTES 9 DE ENERO DE 2007

DE TODO UN POCO

## Objetivo de 'paparazzi'



**LONDRES, Inglaterra/REUTERS** - Kate Middleton la novia del príncipe Guillermo cumple hoy 25 años de edad. Desde hace unos días ella tiene más protección policial. Los paparazzi creen que esto se debe a que está por anunciarse su compromiso con el heredero inglés y hacen guardia frente a su apartamento en Londres. Una foto de Middleton vale en estos días unos 38 mil dólares.

## Toys 'R' Us premia bebé



**NUEVA YORK, EU/AP** - La tienda de juguetes estadounidense Toys 'R' Us decidió entregar el premio de 25 mil dólares que había prometido a los padres del primer bebé nacido en 2007 en Estados Unidos, pese a que éstos eran indocumentados chinos. La tienda había sido criticada al informar que no entregaría el dinero a la pareja por no tener su papeles en regla.

## ¿Qué hacer?

**TEATRO** - Ayer se estrenó la obra de teatro **Desnuden al canalla** (porque la burla se pasó de la raya), una historia social cómica. Para ganar boletos para ver esta obra escriba un correo con el nombre del protagonista del drama a [promociones@prensa.com](mailto:promociones@prensa.com), para la función del 15 de enero a las 8:00 p.m. en el Teatro Aba.

EN DESTAQUE



## CAMBIAN LOS IDEALES DE LOS ESTUDIANTES

Ex institutores hablan de cómo era su formación durante la gesta del 9 de enero. 3B

GÉNERO LATINO. HISTORIAS DE AMOR.



RETRANSMISIÓN. 'Pasión de gavilanes' es uno de los grandes éxitos colombianos.

# La 'tele' es rosa

■ Según estudios realizados en 1998, Panamá es uno de los países que ve más telenovelas. ¿Mitigación de la miseria propia a través del placer por la mala fortuna del prójimo?

Carolina Proaño Wexman  
[carolinap@prensa.com](mailto:carolinap@prensa.com)

La parrilla de programación de los canales de televisión amplía su horario para transmitir toda clase de melodramas. En Panamá, el llanto y los incestos ficticios comienzan a las 10:00 a.m. y terminan, casi ininterrumpidamente, a las 11:00 p.m.

En 2006, TVN ganó la batalla del *rating* posicionando a cinco de sus telenovelas en los primeros lugares de sintonía.

Según un sondeo de Ibope, **La Tormenta** fue el dramón más visto del año pasado, seguido de **Sin tetas no hay paraíso**, **El cuerpo del deseo**, **Tierra de pasiones** y **La viuda de blanco**. En sexto lugar quedó la novela de Telemetro, **Te voy a enseñar a querer**.

Y como si no fuera suficiente, el éxito **Pasión de Gavilanes** se está retransmitiendo en TVN a las 5:00 p.m. En su segundo día al aire ya mostraba el 30% de preferencia en la teleaudiencia. "Las novelas, —asegura Sandra Motta, directora de programación del canal

nacional—, son como las películas, cuando gustan, no importa cuántas veces se vuelven a ver".

TIERRA DE LLORONES

En el estudio "Los medios y mercados de Latinoamérica" realizado en 1998 y publicado en **Latin American Media & Marketing** ([zonalatina.com](http://zonalatina.com)), 53% de los latinoamericanos entre los 12 y los 64 años dijo ver telenovelas regularmente. El país que ve más telenovelas es Brasil (73%), seguido por Panamá (66%) y Ecuador (61%). Los países menos llorones son Nicaragua, República Dominicana y Guatemala.

Panamá también figura como el país que más telenovelas extranjeras ve, a diferencia de la teleaudiencia cariocha, que prefiere la producción local.

Según Motta, "el consumo de novelas de 7:00 p.m. a 9:00 p.m. logra entre los canales panameños un 50% de participación. En otras palabras, de cada dos personas que ven TV en la noche, una esta viendo una telenovela".

SIN TETAS NO HAY NOVELA

Distintos organismos critican los estereotipos que el melodrama ha generado en la cultura latinoamericana: la dependencia, abnegación y sacrificio como únicos valores de la mujer —y ahora un gran busto— y que si se es perversa su final será un centro siquiátrico o la mutilación física; el estereotipo del galán que debe tener dinero para ser atractivo; la idea de que el



'LA TORMENTA'. Fue el melodrama más visto en Panamá en 2006.



SILICONA. 'Sin tetas no hay paraíso', otra de las favoritas de la audiencia.



PRINCIPALES. Protagonistas de 'La viuda de blanco'.

“Las telenovelas, son como las películas, cuando gustan al público, no importa cuántas veces se vuelven a ver [en referencia a las retransmisiones]”.

Sandra Motta, directora de programación de TVN Canal 2

objetivo único en la vida es el matrimonio; o las relaciones patológicas entre familiares, por poner algunos ejemplos. Pero también hay quienes defienden la *telecebolla* desde su origen: como género únicamente creado para entretener. Y otros, como Arvind Singh y Everett Rogers (**Entertainment-education and social change**) defienden su capaci-

dad educativa, al transmitir conceptos como planificación familiar, participación política, autosuficiencia económica, etc., creando actitudes y comportamientos favorables.

Singh y Rogers examinaron la novela **Simplemente María**, que se transmitió a fines de los años 70 en Perú. El personaje central es una india de Los Andes que emigra a Lima. Trabaja como criada durante el día y va a clases en la noche. Luego trabaja como costurera usando una máquina de coser **Singer**; lanza su propio negocio y termina viviendo en París.

El estudio observó que gracias a la telenovela, subió la migración rural hacia la ciudad, se elevaron las ventas de máquinas **Singer** y la instrucción para adultos aumentó.

VEA 3B