

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Tamaño cm2
03/06/2011	CAPITAL STGO-CHILE	12	2	FINES & MEDIOS	17,8x24,2	430,9

FINES & MEDIOS

Aldo van Weezel. Profesor asociado, facultad de Comunicación, Universidad de los Andes. Socio director, Consultora Estratégica de Medios Triplemás.
Cuenta twitter: @aldo_vw

“NADIE SABE NADA”

Recientemente se estrenó la segunda parte de *¿Qué pasó ayer?* y pronto se estrenarán la quinta parte de *X-Men (X-Men: First Class)* y la cuarta de *Scream*. Para qué hablar de la serie *Harry Potter*, que no sólo tiene una película por libro, sino que el tomo siete de la saga del joven mago alcanzó para dos películas. Y es que predecir el éxito de una película resulta muy difícil. William Goldman, guionista de Hollywood con dos Oscar en su carrera, por *Butch Cassidy and the Sundance Kid* y *All the president's Men*, acuñó la famosa frase *Nobody knows anything (Nadie sabe nada)* para explicar que no existen fórmulas ganadoras en el negocio del cine. El estreno de una película se puede ver afectado por variables tan diversas como el clima (si llueve no dan ganas de salir de la casa, y menos de noche) o el ambiente político. Por este motivo, lo más cercano a la fórmula del éxito es copiar lo que ya ha dado resultados. Y lo mismo sucede en televisión. No resulta fácil para los ejecutivos aprobar un programa muy novedoso, porque no hay garantías de recuperar la inversión si al público no le gusta. En cambio, no hay problema si se trata de lanzar un reality donde un grupo de participantes hombres compite por el amor de su vida o bien un concurso de baile para bajar de peso. Para este tipo de programas ya se sabe que existe una audiencia dispuesta a verlos, y al final del día son los puntos de rating los que se venden a los anunciantes.

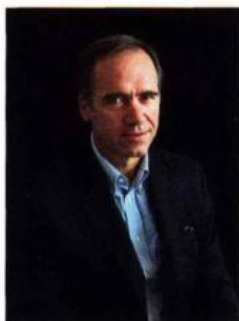
COOPEUCH JUEGA EN LAS GRANDES LIGAS

Se convirtió en la primera institución no bancaria del mercado en operar una cuenta vista. Pero la principal cooperativa de ahorro y crédito del país va por más: acaba de firmar con la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) -perteneciente al BID- un préstamo por 5 millones de dólares para financiar microcréditos.

La operación forma parte de la estrategia de Coopeuch para diversificar sus fuentes de financiamiento, tanto en Chile como en el extranjero. El año 2010 fue todo un éxito para la cooperativa: colocó 3.570 millones de pesos en préstamos a microempresarios, especialmente a aquellos de las localidades más afectadas por el terremoto.

IBÁÑEZ Y OSTALE EN BENTONVILLE

El lunes pasado desembarcó en Bentonville, donde se ubica la casa matriz de Walmart en el mundo, una comitiva de más de 120 personas provenientes de Chile. ¿El objetivo? Participar por tercera vez de la junta de accionistas de la supermercadista en Estados Unidos, que tendrá lugar este viernes. Se trata del gran evento del año: un total de 16.000 asistentes repletan un estadio tipo Movistar Arena. Ahí están representadas todas las delegaciones de los países del mundo en los que tiene presencia Walmart, muchos con poleras y gritos ad hoc para llamar la atención sobre su presencia en el encuentro. Cada filial realiza una presentación, la que en el caso de Chile estará a cargo del gerente general, **Enrique Ostalé**, quien estará acompañado por los directores Nicolás Ibáñez, Alberto Eguiguren y Jorge Gutiérrez, además del gerente de asuntos corporativos, Claudio Hohmann; la gerente legal, Carmen Román, y un grupo de empleados que viajan especialmente para empaparse de la cultura de la empresa. Las sorpresas no faltan en el evento. El año pasado el público fue agasajado con las presentaciones de Enrique Iglesias y Mariah Carey.



HAPPY BIRDS

El juego para smartphones y tablets Angry Birds es probablemente el más exitoso del último tiempo. Sólo en la App Store de Apple ha sido descargado más de 200 millones de veces. Para la empresa finlandesa que lo creó, Rovio Mobile, Angry Birds fue un éxito quizá inesperado, ya que éste corresponde al juego número 52 que han desarrollado. Así, gracias al juego en que una serie de pájaros



deben ser lanzados para destruir cerdos protegidos por diferentes tipos de estructuras, Rovio consiguió 42 millones de dólares en capital de riesgo para seguir con nuevos proyectos. Entre éstos se incluye una posible alianza con 20th Century Fox

para hacer una película y, por qué no, un parque temático al estilo Disney. Los Angry Birds de Rovio no serían los primeros personajes de un video juego en pasar al cine. Ya en 1993 los hermanos Mario y Luigi tuvieron que rescatar a la princesa Daisy. Lara Croft (encarnada por Angelina Jolie), del juego Tomb Raider debió buscar un poderoso talismán en 2001, y el príncipe Dastan persiguió al villano de turno que buscaba destruir el mundo en *Príncipe de Persia* del año 2010. Aunque las críticas suelen ser desfavorables para este tipo de películas, como negocio resultan bastante rentables. *Príncipe de Persia* logró recaudar más de 300 millones de dólares, batiendo el record de Lara Croft. Con este contexto, resulta fácil explicar el interés por llevar unos pájaros tan destructivos al cine.

PD: El vicepresidente de Rovio para América latina, Jere Erkko, estará en Santiago a mediados de julio para la séptima versión del seminario IAB Chile, el principal organismo del país preocupado de fortalecer la industria digital.