

En Pomaire crearon una versión de greda

De Chanchi-fiu al Cofee-fiu: por qué queremos tanto a la mascota de los Panamericanos

Frente a la escasez de los souvenirs oficiales, emprendedores han creado otras versiones.

DANIELA TORÁN

► **Agotado.** Así figuran los peluches, llaveros, pins, chapitas y todo el merchandising oficial de Fiu, la mascota de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023. El personaje, inspirado en el ave Siete colores, que habita en humedales desde Atacama a Aysén, fue protagonista indiscutido del evento deportivo.

Tufans, la empresa que está a cargo de la tienda oficial de los Juegos, informó que durante el evento se vendieron más de tres mil peluches al día. También se conoció el caso de un atleta brasileño que gastó \$500 mil en los distintos souvenirs del pajarito.

► **Ante la escasez** de la carismática mascota, hubo varios ingeniosos que aprovecharon la oportunidad. El trabajo de Isabel Sepúlveda (60), artesana de Pomaire, se hizo viral cuando un cliente subió un video del Chanchifiu, la clásica alcancía del chanchito de greda, pero esta vez pintada con los colores de Fiu, que se vendía en un negocio de la Galería Los Almendros.

"Yo trabajo atendiendo el negocio algunos días y ahí me pidieron pintarlo, porque hacemos cosas personalizadas. Miré una foto y saqué la idea. Usamos ese modelo porque es redondito. Todos los que pinté ese día se vendieron. Ahora estoy pintando para otros locales que me pidieron. Acá en Pomaire no ha habido mucho público así que ojalá que esto sirva para que venga más gente. El Chanchifui es un lindo recuerdo", dice la mujer.

► **Otro que sacó** aplausos en redes sociales por su creatividad fue Ro-



ISABEL SEPÚLVEDA



JIMENA ZAPATA - QUINOA RESTAURANTE

El barista Roberto Marquina dibujó a Fiu en una taza de café.

berto Marquina, barista de Quinoa Restaurante, quien dibujó a Fiu en la espuma de una taza de café. "Estaba trabajando cuando llegó una clienta frecuente y me planteó el desafío de hacer a Fiu. Acepté y lo hice a la primera. Luego ella subió la foto", cuenta.

Hubo quienes fueron más lejos, como el caso de José Hernández, buzo comercial y miembro del equipo de rescate en la competencia de vela, que se tatuó a Fiu en su pierna. Otros, en un tono derechamente más festivo, iniciaron campañas virtuales para que el ave reemplace a la gaviota de plata en el Festival de Viña del Mar, y para que se convierta en estatua de la Plaza Baquedano.

► **El diseñador gráfico** Eduardo Cortés (@eduardocortesgrafico en Instagram) fue quien diseñó a Fiu en el 2021 junto a Katherine Castillo (@adelaydes en Instagram). Cuenta que se inspiró en una fotografía del ave en un humedal que tomó su hermano. "Es un diseño que combina la simplicidad, el equilibrio y es recordable. La ternura que le impregnamos fue basada en mi experiencia, en la parada de mi hijo Simón y en la mirada de mi hijo Diego. Pude transmitir esas emociones y quizás esa ternura le hacía falta a Chile", dice.

► **Juan José Guerrero**, publicista y académico de la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, comenta que lo que se está dando con Fiu es básicamente amor al merchandising.

"Es un peluche y los peluches traen recuerdos de la infancia, nos remiten a una zona de confort, a recuerdos posi-

vos. En este caso se asocia, además, a un evento deportivo de marca país, que es Chile, que nos hace sentir orgullo. Este producto pasó a ser casi como un ícono cultural", dice el magíster en Comportamiento del Consumidor.

Guerrero agrega una característica clave: los ojos grandes. "Las personas tenemos una debilidad por los ojos, es lo primero que miramos a la cara y es lo que transmite ternura. Hay una referencia clásica que es el personaje del Gato con Botas cuando quiere pedir algo y pone los ojos muy grandes. Es lo que pasa cuando vemos a una guagua o a cachorros. Es el mismo efecto en el cerebro", explica.

"Si estos íconos se trabajan bien y van acompañados de un contenido, se logran mantener en el tiempo, como ocurrió con los Duendes Mágicos de Cencosud", agrega.

► **El publicista Guido Coppa**, académico de la Universidad Santo Tomás, master en Innovación, agrega que el hecho de que se usara para promover valores deportivos lo transformó en un símbolo positivo para atletas y público general. "La muy buena interacción con la comunidad logró que se generara un sentido de pertenencia único. Las mascotas suelen generar una conexión emocional con las personas, lo cual es mejor que haber considerado un objeto o algo estático".

► **Harold Mayne-Nicholls**, director ejecutivo del evento multideportivo, anunció que "Fiu se va de gira por todo el país. Agradecemos a los colegios o instituciones que quieran conocerlo personalmente, a que por favor se comuniquen con nosotros".

La alcancía Chanchifui de Pomaire.

OTIC
SJFJA
Capital Humano

2° LLAMADO A LICITACIÓN PÚBLICA DE BECAS LABORALES TALENTO DIGITAL PARA CHILE 2023

Infórmese en www.oticofofa.cl

Valor Bases: \$29.860.-

Se convoca a los Organismos Técnicos de Capacitación (OTEC) que cuenten con la autorización de SENCE a participar en nuestro Segundo Llamado Becas Laborales año 2023.

La publicación y venta de bases se realizará desde el **8 de noviembre del 2023 al 21 noviembre del 2023 hasta las 14:00 horas**. Los OTEC que postulen a este Llamado, deberán ingresar a <http://otecbeca.oticofofa.cl> donde encontrarán la información, registro y pago.

La recepción de documentación legal y de propuestas de postulación se realizará de manera digital a través de nuestra plataforma de licitación, <http://otecbeca.oticofofa.cl> desde el **8 de noviembre del 2023 al 22 de noviembre 2023 hasta las 14:00 hrs**.

La apertura será el día 23 de noviembre del 2023 a las **11:00 horas, sin público**, con presencia de un representante de SENCE y transmitido **vía streaming**. Todos los detalles para seguir la ceremonia se entregarán oportunamente en el sitio www.oticofofa.cl