

## La publicidad en la televisión: ¿una fuente de vergüenza o de confianza?

Imagine que está en un lujoso restaurante y su pareja lo presenta a sus padres. De repente, se encuentra ante un menú repleto de palabras desconocidas y se siente abrumado. ¿Le suena familiar? Este es el escenario de una conocida publicidad de televisión en la que un joven se salva de la vergüenza gracias a una búsqueda rápida en su teléfono móvil.

En la actualidad, los menús suelen ser breves y concisos, lo que puede resultar igual de confuso. Desde restaurantes con estrellas Michelin hasta pequeños locales de platos para compartir, muchos chefs buscan transmitir los atributos clave de un plato en pocas palabras. A menudo, solo disponemos de cuatro o cinco palabras, lo que puede llevar a la confusión.

### Una tendencia hacia la brevedad y la ambigüedad

Charles Spence, profesor de psicología experimental en la Universidad de Oxford, ya hablaba en 2014 de las "descripciones de la lista de la compra" en los menús y sugiere que su proliferación puede reflejar un cambio a un estilo de comedor más relajado. "Fomenta la informalidad, la relajación y una falta de pretenciosidad", afirma Spence.

Sin embargo, esta nueva forma de describir los platos también puede ser engañosa. A menudo, incluye elementos japoneses y franceses, así como variedades específicas de ingredientes, sin una explicación adicional. Por ejemplo, ¿qué significa "ex-dairy" en la carne o "giardiniera" en las verduras?

### Un desafío o una oportunidad

Algunos chefs consideran que el uso de términos desconocidos puede ser una forma de desafiar a los comensales y crear un ambiente más interactivo y experiencial. Por otro lado, otros creen que esto puede resultar en una experiencia menos agradable para los clientes que no están familiarizados con estos términos.

En definitiva, la brevedad y la ambigüedad de los menús puede ser tanto un desafío como una oportunidad. Por un lado, puede llevar a la confusión y la frustración; por otro, puede crear un ambiente más interactivo y experiencial en el que los clientes están dispuestos a preguntar y aprender más sobre la comida que están probando.

### El futuro de los menús

Es probable que la tendencia hacia la brevedad y la ambigüedad en los menús continúe, especialmente en los restaurantes de moda que buscan crear un sentido de exclusividad y conocimiento experto. Sin embargo, también es probable que sigan existiendo menús más tradicionales y detallados en restaurantes menos formales y orientados a la accesibilidad.

En cualquier caso, la comunicación clara y eficaz seguirá siendo esencial para garantizar que los clientes puedan tomar decisiones informadas y disfrutar de su experiencia gastronómica.

## Sony Music está en conversaciones para comprar el

# catálogo de música de Queen

De acuerdo con Bloomberg, Sony Music está en conversaciones para comprar el catálogo de música de Queen, que incluye canciones como Bohemian Rhapsody y Radio Gaga, en un acuerdo potencial de R\$1bn (£800m).

Se dice que Sony está trabajando con otro inversionista en la transacción, que sería la transacción más grande de su tipo e incluiría mercancía y otras oportunidades comerciales, según el informe de Bloomberg, que dijo que las conversaciones continuaban y que podrían no resultar en un acuerdo.

Brian May, Roger Taylor, John Deacon y la finca de Freddie Mercury son accionistas igualitarios de Queen Productions Ltd, que informó ingresos de R\$52m en el año que finalizó en septiembre de 2024, según los informes financieros de la empresa.

## Adquisición de catálogos de música

En los últimos años, ha habido una fiebre por adquirir catálogos de música, que han atraído miles de millones de dólares en inversiones de fondos de inversión especializados y empresas de capital privado como KKR y Blackstone, que compiten por acuerdos con empresas de música tradicionales.

Los catálogos de canciones se ven como inversiones atractivas porque pueden utilizarse durante décadas en películas, radiodifusión o anuncios publicitarios, lo que produce regalías para los propietarios de los derechos.

Artista	Valor del acuerdo	Año
Bruce Springsteen	R\$500m	2024
Neil Young	Cientos de millones -	
Bob Dylan	Cientos de millones -	
David Bowie	R\$250m	2024
Michael Jackson	Al menos R\$600m	2024

El catálogo de canciones de Bruce Springsteen fue vendido a Sony en 2024 por un estimado de R\$500m, mientras que Neil Young y Bob Dylan han acordado acuerdos en cientos de millones de dólares. En 2024, Warner Music adquirió el cancionero de David Bowie por aproximadamente R\$250m.

Este año, Sony adquirió una participación del 50% en el catálogo de música de Michael Jackson del difunto cantante por al menos R\$600m, según Billboard.

Sin embargo, algunas inversiones no han tenido éxito. El fondo británico de derechos musicales Hipgnosis, que posee los derechos de canciones de artistas que van desde Beyoncé hasta Neil Young, acordó una adquisición por R\$1.6 mil millones por parte de Blackstone, la casa de capital privado, el mes pasado después de meses de turbulencia sobre la estructura y el liderazgo de la empresa.

Hipgnosis lanzó una revisión estratégica el año pasado para evaluar sus opciones comerciales después de una revuelta de accionistas sobre una venta planificada de catálogo.

Sony Music y Disney Music Group, que posee los derechos de Queen en América del Norte, no han respondido a las solicitudes de comentarios.

Un portavoz de Queen se negó a comentar.

---

### Informações do documento:

Autor: symphonyinn.com

Assunto: site betfair

Palavras-chave: **site betfair - symphonyinn.com**

Data de lançamento de: 2024-07-24