

Cultura&Entretención

29

lanzamientos tuvo durante 2013 el sello FERIA Music.

17

tiendas tenía FERIA Mix. Ahora, los supermercados asoman como el punto más fuerte para el rubro.

Quiebra de FERIA Mix abre conflicto entre los artistas y el sello de la empresa

- ▶ FERIA Music, su área discográfica, adeuda amplias regalías a gran parte de los músicos con contrato.
- ▶ Los problemas de pago también se han extendido con históricos de su catálogo, como Américo y Los Tres.

Claudio Vergara

El martes 28, al menos una decena de artistas y representantes compartió la misma sensación de incertidumbre. A través de los portales de noticias se enteraron de que FERIA Mix, la empresa desde donde se desprendía FERIA Music -el sello local más importante de la última década-, se declaraba en quiebra y cerraba sus puertas tras más de 50 años. Una determinación que no sólo marcaba el adiós del ala discográfica que desde 2005 lució uno de los catálogos más ricos de música local y que impulsó hits como el retorno de Los Tres o los sucesos de Américo y La Noche; el escenario inaugura-

ba un conflicto con los artistas que aún tenían contrato con la firma.

"Aunque se veía venir, nadie nos dijo nada durante ese día. Y ahora el marco legal de la quiebra nos impide sacar de las bodegas los discos de nuestros propios artistas", cuenta Sergio Alvarado, mánager de Alex Anwandter, quien editó con la entidad su última entrega, *Rebeldes* (2011). "No hubo una conversación previa y nunca se sentaron a negociar lo mucho que aún está pendiente", acota Alejandra Neumann, productora de Aplapac y representante de 31 Minutos, espacio que hizo sus últimos lanzamientos a través de la empresa.

Pese a que el desenlace

era previsible -las pérdidas de la firma madre ascendían a \$15.000 millones- y a que la responsabilidad de la quiebra recae en el apartado de la venta de discos y no en los otros dos segmentos -FERIA Music y FERIA ticket-, el ahora desaparecido sello tropieza con una serie de problemas relacionados con las regalías y el stock de álbumes físicos.

Por ejemplo, a los cerca de 20 artistas que aún eran parte de sus registros -Francisca Valenzuela, Natalino, Alberto Plaza- se les adeudan regalías correspondientes a un promedio de uno a dos años. Un pago desprendido de los contratos, los que establecían la distribución, fabricación y fuerte promo-

ción de los discos en tiendas.

Los ejemplos

Un caso ilustrativo lo encarna Jordan. El último éxito tropical acordó un 30% de regalías para su álbum *Jordan y tú* (2012), el que vendió cuatro mil copias. Los pagos nunca llegaron y hoy se le deben cerca de \$7,5 millones. Para su siguiente título, *Exitos del sound*, que se estrenó a fines del año pasado, los montos que se llevaría el intérprete subieron a 50%, pero bajo la exigencia de que él mismo se debía fabricar su álbum, inversión que luego sería devuelta por FERIA Music (y que ronda los \$4 millones). Como la quiebra llegó en enero, la firma nunca pudo retribuir esegas-

to, por lo que ahora el hombre de *Mirame* está en un trance particular: no puede sacar de bodegas ni puede vender los cerca de mil discos que él mismo pagó y envió a fabricar.

Inti-Illimani lanzó sus últimos cuatro títulos a través de la discográfica (incluyendo *Inti-Eva*, nominado al Grammy Latino) y, según su mánager, Alfredo Troncoso, no ha percibido regalías en dos años, lo que asciende a \$15 millones. El representante agrega que en ese período ofrecieron distintas formas de pago, incluyendo cancelarle un monto en dinero y el resto en discos de la propia agrupación para su libre uso. Un escenario parecido han sufrido Alvaro Véliz,

Francisca Valenzuela y 31 Minutos. "En un momento donde es difícil para los artistas generar ingresos suficientes para desarrollar sus proyectos, cada contribución o regalía es clave", apunta Bernardita Méndez, representante de Valenzuela.

Contactado por *La Tercera*, el último gerente de la disquera, Oscar Solari, desistió de dar su versión. Fuentes al interior de la entidad aseguran que las posibles soluciones van a llegar en marzo, cuando asuma el síndico de quiebra y se determine el destino del patrimonio.

En la última temporada, FERIA Mix también debió lidiar con conflictos derivados de su catálogo y de artistas que ya no están en sus filas. Un ejemplo lo representan Los Tres, que trabajaron ahí de 2007 hasta el año pasado: el plan de FERIA Music era editar sus álbumes en vinilo, partiendo por su debut homónimo de 1991, *Fome* (1997) y *Coliumo* (2010). Pero la propia banda lo impidió, ante los extensos royalties que aún le debían por la venta de sus trabajos.

Américo es otro nombre afectado por la misma figura: hoy está en otro sello, pero las producciones que lanzó para la desaparecida empresa -incluyendo el multiventas *A morir* (2008)- aún se venden, monto que sólo ha sido pagado de manera parcial. "Es lamentable, así como también el cierre de una empresa que permitía que tus discos estuvieran en todo Chile", remata el hombre de *Que levante la mano*. ●



FOTO: ALEJANDRA GONZÁLEZ



FOTO: ARCHIVO

◀◀ Valenzuela ha facturado su éxito en el sello de FERIA Mix.

▲▲ 31 Minutos editó su último álbum bajo la discográfica.

COLUMNA

PASIÓN EN QUIEBRA



Mauricio Jürgensen

Crítico de música

PARTIERON VENDIENDO planchas. Y máquinas sacajugos y otras para sacarle brillo al piso de madera. El primer giro comercial de los dueños de FERIA Mix fue la venta de electrodomésticos, y quizás ahí está la clave para entender por qué terminaron quebrando con un rubro que, en el fondo y a pesar del gran crecimiento de la marca y los muchos años en el mercado, nunca lograron entender del todo.

Para la familia De la Fuente-González, propietarios desde 1956 de la cadena que luego se bautizaría como FERIA del Dis-

co y que en algún momento de la década pasada llegó a representar más del 80 por ciento de este negocio en el país, la música llegó por accidente. Como una oferta adicional a los "artículos para el hogar" que ponían en vitrina. Y ni el exitoso crecimiento experimentado entre los 80 y 90 o la reciente diversificación en una disquería "B", un sello discográfico o una ticketera, lograron revertir en años recientes, cuando ya no era tan fácil como en los "años dorados" vender discos, la sensación de descuido y poca especialización que quedaba después de

visitar sus tiendas.

Que FERIA Mix esté quebrando es también un signo de los tiempos, sin duda. Del creciente hábito por la compra digital, así como de la escasa voluntad de sus últimos administradores por bajar los precios y volver a la pelea. Pero, además, es la consecuencia de una política que hoy, al momento de bajar las cortinas, impide que más allá del mundo artístico sean los usuarios los que estén generando algún movimiento de repudio por el cierre de una empresa que, al final del día, se dedicó por años a un asunto tan apasio-

nante como es la música.

No se trata de desconocer la notable permanencia que esta empresa tuvo en el mercado, pero lo de FERIA Mix pareció ser siempre más negocio que "pasión por la música", como rezaba su eslogan, y su quiebra simboliza el ocaso de la vieja industria y de los viejos paradigmas de consumo como los rankings de popularidad. Esos que no sólo graficaban la venta sino que, con ese reporte, también inducían la compra. Curioso, porque eso es parte de lo que le pasó a esta cadena. Una venta fría que indujo a la compra. Pero en otro lado.