

Ariola vende a PolyGram filial disquera en Brasil

Este artículo ha sido escrito con base en reportes de Paulo Coelho en Río de Janeiro y Jim Simpson en Munich.

RIO DE JANEIRO—Citando las "extremadamente difíciles condiciones económicas y la alta tasa de inflación" en Brasil, Ariola ha vendido a PolyGram su recientemente fundada compañía de discos aquí. Ariola Brasil continuará operando independientemente como una subsidiaria completamente poseída por PolyGram.

Ariola Brasil inició sus actividades en abril de 1980, con oficinas en Río de Janeiro y centro de distribución y bodega en Sao Paulo, en medio de un gran aparato publicitario que comprendió la fiesta de inauguración del 19 de marzo del mismo año.

A ésta asistieron las personalidades más importantes del mundo del disco, además del invitado especial de la grabadora, Bob Marley. La fiesta costó en aquella época 3.5 millones de cruzeiros (US\$78.000) y todo hacía prever que la grabadora alemana se repetiría en Brasil el desempeño de su

(Continúa página 10)

• Viene de la página 1

filial en México, donde en poco tiempo consiguió una sustancial parte del mercado.

La compañía, concebida como un centro de producción para repertorio doméstico, consiguió exitosamente atraer grandes artistas a su nómina, incluyendo a Milton Nascimento y Chico Buarque. La fabricación y ventas fueron contratadas inicialmente con WEA.

A mediados de y finales de los '70s el mercado musical brasileño creció establemente. Pero en 1980, las ventas declinaron a medida que la situación económica del país empeoraba. Y cuando WEA Brasil rehusó un acuerdo a largo plazo, Ariola Brasil comenzó discusiones con varias otras compañías de discos.

Una serie de errores en los contratos de los artistas y una política administrativa sin perspectivas en el mercado brasileño, hicieron que las pérdidas de Ariola fueran demasiado grandes. El caso más comentado fue el de la contratación de Chico Buarque, cuando el director general de Ariola, José Vitor Rosa y otro de los directores, Mazola, asintieron en una transacción de 44 millones de cruzeiros (US\$1 millón) para que Chico Buarque firmase con la compañía. Efectuada la transacción los abogados descubrieron después que Chico Buarque aún tenía varias obras por grabar con PolyGram. Como resultado práctico, Chico se quedó sin grabar en Ariola y ésta no pudo, en virtud del contrato, tener su dinero de vuelta.

1981, BILLBOARD EN ESPAÑOL

Ariola cierra operación Brasil

"El lado del producto se estaba desarrollando muy satisfactoriamente, pero hubo ciertos problemas en el lado económico," dice Wim Schipper, jefe del grupo Ariola Internacional en Munich. "Si hubiéramos comenzado antes, no habría habido tantos problemas." Schipper estima que la participación de Ariola en el mercado de Brasil es del 5%.

Según una declaración conjunta de Ariola/Munich y PolyGram/Hamburgo, las "políticas de artistas y sello de Ariola Brasil no serán afectadas. Ariola Brasil continúa operando independientemente, manteniendo sus sellos y nombre de compañía. Esto asegura una estable continuidad en la producción y políticas de mercadeo, hasta ahora exitosas."

Schipper dice que Ariola Brasil continuará representando a Island, MCA, Bronze y Hansa así como a los sellos y artistas de Ariola. El producto de Ariola Brasil ahora distribuido internacionalmente por Ariola será vendido. PolyGram controlará los derechos internacionales de todo el producto doméstico de Ariola Brasil.

Por otro lado, en un comunicado conjunto divulgado en Brasil se dió la siguiente explicación a la prensa: "La situación específica del mercado fonográfico brasileño y las dificultades extremas de carácter general de la economía altamente inflacionaria llevaron a Ariola a reconsiderar su involucramiento en ese mercado. La subsidiaria de Ariola en Brasil tenía

como objetivo operar principalmente como una compañía de producto de repertorio doméstico y en un corto espacio de tiempo consiguió un repertorio artístico muy atractivo, con éxito ininterrumpido en las listas de éxitos brasileñas."

"La distribución y el prensaje venía siendo efectuado por otra compañía. En virtud de que ésta decidió terminar el acuerdo, otra tenía que ser contratada. Durante estas negociaciones, PolyGram y Ariola concordaron mutuamente en que sería esencial y necesario para el éxito futuro de Ariola fundirse con una compañía de larga tradición en Brasil como discos PolyGram. Resultó que PolyGram y Ariola decidieron que PolyGram debería comprar todas las acciones de Ariola en Brasil, siendo esta medida efectuada a partir de 16 de noviembre de 1981."

El comunicado, firmado por representantes de ambas compañías, no fue sorpresa para el mercado discográfico brasileño, que ya aguardaba alguna medida motivada por las crecientes pérdidas de Ariola. Se augura que PolyGram sustituirá integralmente el equipo artístico y administrativo que está funcionado en Ariola Brasil, pero esta medida no ha sido confirmada.

El retiro de Ariola del mercado brasileño aparentemente no refleja un cambio de política de su pariente corporativo, Bertelsmann. La división club de la firma mantiene un porcentaje del 54% en un club de libros basado en Río. Y Schipper asegura que Ariola continuará su política de "desarrollo de nuevas compañías y unidades creativas, posiblemente también en Latinoamérica."