

Sociedad Espectáculos

[PLATAFORMA] La web partió en mayo y ha impulsado el financiamiento colectivo de conciertos en el país, como Morrissey o Tony Levin, aunque las productoras tradicionales lo critican duramente. Por *Claudio Vergara*

Weeshing: La polémica subvención de shows en Chile

La culpa la tuvo Faith No More. A mediados de 2009, cuando se gestionaba la visita de los estadounidenses que remató en esa memorable dupla del Estadio La Florida y el Teatro Caupolicán, sus productores sondearon a un par de cercanos para resolver quién estaba dispuesto a invertir dinero y financiar el retorno del grupo al país luego de 14 años. Javier Hasbún era por esos días un estudiante de Ingeniería Industrial que ofició como uno de los inversionistas y entregó una fracción importante de sus ahorros a la aventura, recibiendo a cambio una entrada en la mejor ubicación, y la posibilidad de conversar unos minutos con Mike Patton y los suyos. "Como fan, esa experiencia no tuvo precio", simboliza ahora Hasbún. Aunque, en rigor, su arrojito sí tuvo un precio: su aporte a la venida de los hombres de *Epic* fue de \$4 millones -el promedio de cada uno de los cercanos fue de \$10 millones-, monto del que, según cuenta, obtuvo una rentabilidad del 100%, ya que ambas fechas se repletaron.

A partir de ahí, Hasbún y sus pares siguieron actuando como inversionistas informales -aunque con contratos- de una serie de conciertos enfocados en nichos más acotados, maniobra que en mayo se formalizó como un proyecto estable en Weeshing, la primera plataforma de financiamiento colectivo para recitales en Chile.

En términos más ilustrativos, se trata de un modelo más de crowdfunding, aquellas iniciativas de recolección pública de dinero que buscan solventar diversos proyectos artísticos. "Nuestro fin es que esta industria tan hermética se

pueda transparentar: que los fans tengan opciones de negocio, que conozcan y se involucren en el proceso de traer a un artista, y que puedan estar más cerca de sus grupos favoritos. Nos parece algo legítimo", subraya Hasbún, hoy uno de los directores de Weeshing.

Por ejemplo, ya han logrado financiar ocho espectáculos, recaudando cerca de \$100 millones. Entre ellos aparecen las recientes visitas de Tony Levin, de la banda Opeth y del hijo de Frank Zappa, además de las próximas presentaciones de Belle and Sebastian, Incognito y del show Juntos en concierto, que une a Marisela, Pimpinella y Pedro Fernández.

Por otro lado, esta semana impulsaron un llamado interno a algunos inversionistas para captar dinero para el nuevo concierto de Morrissey, acordado para el 11 de noviembre en Movistar Arena: la invitación a invertir garantizaba que, en caso que el show sea un éxito, los involucrados tendrán un 40% de retorno en 4 meses.

Todo un procedimiento que, por lo demás, funciona así: las productoras interesadas suben a la web del servicio un show que ya tienen cerrado con el artista, garantizado a través del contrato respectivo. A partir de ahí, Weeshing contacta a los inversionistas ya inscritos -cualquiera se puede suscribir- y les envía el modelo de negocio propuesto por los promotores, el que, por sobre todo, especifica la rentabilidad posible del show a partir del precio de las entradas, del número de personas que se espera o del volumen de arrastre que goza el artista. Este pacto con los posibles inversionistas siempre se establece antes de la venta de entradas.

Por lo general, el mínimo de dine-



FOTO: AGENCIA UNO



ro que se pide es diez veces el ticket más caro. En caso que el evento no venda demasiados boletos, el inversionista va a pérdida. En caso que se suspenda, se devuelve todo el monto. El dinero acumulado tiene como fin pagar la mitad de la tarifa que cobra el artista.

A cambio, los financistas reciben trato preferencial. Por ejemplo, en el show de Opeth -que juntó \$20 millones-, los mecenas no sólo se quedaron con las mejores localidades, sino que también pudieron ir a la prueba de sonido. La contraparte la encarna la banda japonesa Mono: su visita de septiembre no logró reunir ni un solo peso.

Rodrigo Segal de Trucko, productora que posee un mayor número de eventos en la plataforma, agrega: "A las productoras emergentes les cuesta mucho montar un show. Se puede, pero hoy está muy complejo con el alza del dólar y con la dura

batalla de las empresas". Pía Sotomayor, de Fauna Producciones -cuyo financiamiento deriva de accionistas, líneas bancarias o fondos propios- han mirado con rechazo la irrupción de Weeshing. Básicamente creen que genera un ruido inapropiado: según ellos, la sensación poco fiable de que un concierto necesita dinero del público para levantarse. Jorge Ramírez, gerente general de Agepec (Asociación Gremial de Productoras de Espectáculos), entidad que reúne a DG Medios, T4F, Fenix o Multimúsica, entre otras, asegura: "La idea de efectuar una suerte de colecta para hacer un evento es impresen-

table y daña la actividad. Si una empresa no tiene la solvencia para enfrentar una producción y sus efectos, los deseados o no, no puede actuar en esta industria. Por otra parte, exponer la imagen de un artista para 'sondear' su contratación en sintonía con una suerte de testeo de recursos, la misma cosa. Garantizar rentabilidad, un despropósito. Y producir conciertos no es una trivialidad como lo expresa esta web". Aunque los mentores del proyecto subrayan que han tenido buena respuesta del público, en su Facebook ya existen preguntas abiertas. "Estimados, ¿podrían publicar testimonios de los inversionistas? Creo que daría más confianza si queremos invertir", consultan en la web. Desde Weeshing recalcan que se trata de una idea con plena proyección y que representa un espíritu casi incuestionable: "el de la democratización". ●

▼ El próximo show de Morrissey, para noviembre en Movistar Arena, ha contado con el apoyo de financistas.

► Pedro Fernández también vendrá a Chile por esta modalidad.

DATO

"Nuestro fin es que esta industria se pueda transparentar y que los fans se puedan involucrar".

Javier Hasbún

Director de Weeshing