

El presente texto es la traducción de los resultados definitivos de un estudio llevado a cabo por

MIKE HENNESSEY

por encargo de la revista profesional

MUSIC & COPYRIGHT

para el que ha contado con la colaboración de algunas de las revistas

especializadas de Europa, entre ellas

CUADERNOS DE JAZZ.

EL Jazz EN LA EUROPA ACTUAL

Mike Hennessey

Altamente ilustrativo de una realidad que no se circunscribe sólo a la situación en España, su lectura está recomendada tanto a los profesionales del medio como al aficionado en general y a todos aquéllos en particular que constantemente se preguntan el porqué de las carencias y deficiencias en torno al jazz, su difusión y su mercado.

CUADERNOS DE JAZZ
agradece al autor las facilidades para publicar este trabajo.

La historia del jazz en Europa tiene grandes logros y en cambio una rentabilidad muy baja. El *Euro Jazz Book* publicado el pasado mes de enero por la compañía francesa IRMA, ofrecía una lista de 516 festivales anuales de jazz en Europa -225 de los cuales se celebran en Francia- pero que sin subvenciones ni patrocinios en su gran mayoría, resultan ser propuestas totalmente antieconómicas en su gran mayoría.

También, y según el *Euro Jazz Book*, hay más de 300 clubes de jazz en la antigua Europa del Este; la gran mayoría de ellos opera con presupuestos ridículos y sin personal especializado, a menudo dirigidos por voluntarios y financiados por los aficionados locales. Consecuentemente, muchos de ellos no podrán sobrevivir.

La historia del jazz en Europa es también rica en paradojas. Aunque es difícil obtener estadísticas exactas sobre la magnitud del mercado, el consenso general está en que las ventas de discos de jazz en Europa ocupan alrededor del 2% de las cifras totales. Los informes del IFPI dan al mercado de discos de jazz un 7% en Suecia, un 4,3% en Francia, el

1,8% en Austria; un 1,6% en Gran Bre-

taña y en Alemania un 1,3%.

A todos los efectos, los coleccionistas de jazz representan una ridícula minoría entre el público europeo comprador de

discos y la inmensa mayoría de los discos editados no llega a alcanzar la cifra de mil unidades vendidas.

Un ejemplo de la cantidad de público existente se obtiene mediante las cifras de tirada de las revistas de jazz entre las cuales la italiana *Musica Jazz* es la que tiene más éxito con una cifra regular de 30.000 lectores, esto es, un 0,05% de la población del país.

La británica *Jazz Journal International* tiene una tirada de aproximadamente 10.000 ejemplares -lo que representa un 0,04% de la población adulta del país- y según los estudios realizados por la propia revista, el 77% de sus lectores sobrepasa los 50 años. Los de menos de 40 años están en torno al 5%.

Si sólo uno de cada 50 amantes del jazz se suscribiese a la revista, aumentaría el porcentaje de aficionados entre la población adulta de Gran Bretaña hasta el 2%, lo que igualaría el número de lectores al de compradores de discos.

Ciertamente se editan demasiados discos en Italia y hay también demasiadas reediciones, no todas ellas importantes. De cualquier forma el mercado crece y hay una buena proporción de gente joven entre la audiencia del jazz. Hicimos un estudio que demostró que la mayoría de nuestros lectores están entre los 25 y los 34 años, seguidos del grupo de edad comprendido entre los 35 y los 44 años. También había un buen número de menores de 25.

Pino Candini, Editor de *Música Jazz* (Italia)

Según la edición de 1995 del *Bielefelder Jazz Katalog*, en 1994 se editaron mas de 1.500 nuevos discos de jazz haciendo que el repertorio disponible en Alemania alcanzase 10.245 títulos diferentes.

Si se tiene en consideración el insignificante volumen de las ventas de discos de jazz en relación con el total general, la proliferación de nuevos sellos durante los últimos 15 años ha sido extraordinaria. Sólo en Alemania hay más de cien compañías productoras de repertorio jazzístico, más de 50 en Francia y más de 40 en el Reino Unido; Italia, Suiza y Suecia cuentan con al menos 25 compañías cada uno.

Manfred Scheffner, recopilador del *Bielefelder Katalog*, que además dirige Beck, compañía con base en Munich que vende discos directamente al público y por correo, trabaja con veinte mil títulos de más de mil sellos discográficos diferentes. La venta anual de unos 8.000 LP's, 134.000 CD's y 1.500 cassettes, le produce unos cifras de 3,5 millones de Marcos (un 15% del total corresponde a ventas por correo), lo que significa que Beck acapara entre un 5 y un 6% del mercado alemán de jazz y que el promedio de ventas por cada título está en torno a siete unidades.

Esto supone que las cifras de venta de un disco de jazz en Alemania se calculan en no mucho más de cien unidades para todo el país. Como mucho en tres o cuatro ocasiones al año, Beck supera la cifra de 250 unidades vendidas de un sólo título.

Se estima que cerca de millón y medio de personas en Holanda muestran algo de interés por el jazz, el blues y la música de fusión y opino que el mercado del jazz está creciendo con un promedio de aficionados cada vez más jóvenes, cada vez hay más gente joven que descubre el jazz... Creo también que la audiencia se incrementaría aún más si los músicos aprendiesen a vender su música de una mejor manera y por supuesto si se le dedicase mayor tiempo en radio y televisión.

Bert Huisjes, Editor de Jazz Nu (Holanda)

Una razón por la que la profusión de material jazzístico contrasta tanto con el pequeño volumen de sus ventas es porque las grabaciones de jazz son relativamente baratas en cuanto a producción y mantienen en cambio largo período de vigencia en los estantes. Esto permite mantenerlas vivas en catálogo a la espera de mejores momentos de venta o de lograr algún beneficio. De todos modos, es evidente que hay una tendencia creciente, al menos en una parte de las grandes compañías, para suprimir la idea de la venta *por goteo* como fórmula válida para contrarrestar el exceso de producción.

Otro asunto que ha estimulado el incremento del inventario del catálogo jazzístico ha sido la proliferación de los proyectos de reedición. Según el repertorio de jazz clásico ha ido pasando a dominio público muchos sellos se han embarcado en la reedición de colecciones tratando de llegar a una generación de jóvenes entusiastas que no habían nacido cuando ese material fue originalmente editado. Esto da frecuentemente como resultado la aparición en el mercado de media docena o más de

colecciones con el mismo repertorio pero en sellos diferentes, con una calidad de sonido y producción que oscilan desde lo bueno a lo diabólico.

La clave del problema en cuanto a la cuantificación del volumen del mercado europeo de discos de jazz está en la definición. El saxofonista noruego Jan Garbarek, artista del sello ECM, es esencialmente un músico de jazz aunque no toda su obra pueda ser catalogada como jazz. El disco *Officium*, grabado por Garbarek con The Hilliard Ensemble, según las cifras que ofrece PolyGram -su distribuidor en Alemania- ha vendido más de 500.000 unidades desde su aparición en 1994, pero ni por imaginación esta música puede ser catalogada como jazz.

Garbarek puede vender en Europa entre 60/100.000 unidades de cada uno de sus discos y esto se debe a que el atractivo de su personal estilo musical llega más allá de la comunidad estrictamente jazzística. De hecho, el sello ECM fundado en 1969 y con más de 550 títulos editados hasta hoy, produce una cantidad de repertorio que muy poco tiene que ver con el jazz.

El problema de las definiciones se hace cada vez más agudo según aumenta la producción de discos con músicos de jazz como invitados en grabaciones

de grupos de pop y rock -el trompetista Lester Bowie con el cantante David Bowie, por ejemplo, y más recientemente el disco de Van Morrison con Georgie Fame, Guy Barker y Alan Skidmore. El panorama se ensombrece aún más con las idas y venidas de distintas categorías de fusión, acid jazz y cosas como el tremendo éxito de Scatman John. De todos modos, y en lo que al jazz especializado concierne, sus estilos más populares son el mainstream y el hard bop.

La grabación de jazz realizada en Europa que ha tenido más éxito ha sido el doble álbum de piano solo de Keith Jarrett, *The Köln Concert*, editado por primera vez en 1975, del que se han vendido desde entonces más de medio millón de copias. Pero estas cifras son extraordinariamente raras.

De entre las grandes compañías multinacionales PolyGram es una de las más activas en lo que al jazz se refiere poniendo en circulación un promedio de doscientos títulos por año. El grupo acapara un 25-30% del mercado y según Wulf Müller, director de mercadotecnia de jazz para Europa, las ventas de jazz suponen un 3% del total de ingresos obtenidos en el Continente. Las ventas mundiales de PolyGram a minoristas de jazz superaron el pasado año los 160 millones de dólares, lo que representó entre un 3,5-4% del total de ventas del grupo.

Opino que el mercado para el jazz auténtico está probablemente disminuyendo pero si incluimos fusión, acid jazz y otras formas neojazzísticas, entonces puede ser que esté creciendo. Si entra en un jazz-disco oírás muy pocos discos de jazz, quizá alguno. Operamos en un mercado cada vez más anciano y de seguir así creo que el jazz llegará a ser lo que música barroca es hoy en día. Tengo mis dudas sobre si hay más de 15.000 aficionados reales al jazz en el Reino Unido.

Eddie Cook, Editor de Jazz Journal International

Uno de los músicos de jazz con más éxito comercial en los últimos años es el saxofonista Joe Henderson, de cuyo álbum para Verve, *Double Rainbow*, se han vendido 20.000 copias sólo en Alemania. Verve ha obtenido también un impresionante éxito de ventas con la organista alemana Barbara Dennerlein, de cuyo disco *Take Off*, ha vendido más de 15.000 copias.

Según Christian Kellersmann, director del departamento de jazz de PolyGram en Alemania, una buena estrategia de mercadotecnia y una buena política de promoción pueden estimular las ventas de forma sustancial. Cuando Kellersmann se hizo cargo del departamento

en 1990, dirigía un equipo de sólo un hombre. Ahora tiene cinco personas trabajando y han visto como las ventas se incrementaban el 15% en 1994 y aún más en el 95. Comparte la idea

L panorama de la venta de discos en Francia está dominado por los supermercados e hipermercados que controlan aproximadamente el 50% del total. Después está la FNAC con una cadena de 50 tiendas y el 24% de las ventas; luego Virgin, con cinco tiendas y el 6%. En los años setenta había en Francia tres mil pequeñas tiendas de discos, hoy hay sólo 250 y de ellas 70 están dedicadas al jazz.

Pascal Anquetil, Editor de Euro Jazz Book (Francia)

generalizada de que si los medios de comunicación audiovisuales en Europa diesen más espacio al jazz las ventas se verían altamente incrementadas. Y así es, ya que las emisoras de radio de Europa, como mucho, programan dos o tres horas de jazz a la semana mientras en televisión esta música es casi inexistente, excepto por alguna transmisión de los más importantes festivales. Uno de los canales más amigo del jazz en Europa es 3 Sat, una emisora pública copropiedad de Austria, Alemania y Suiza, que programa una hora semanal, eso sí, siempre fuera de las horas de más audiencia.

Pero también hay algunas emisoras de radio que son la excepción a la regla europea: En Londres está *Jazz FM* que tiene un 30% de su programación dedicada a genuino jazz. En Alemania está *Jazz Radio Berlin* dirigida a una audiencia de 22 a 40 años, y *Jazz Welle Munich and Hamburgo*. Amsterdam tiene la emisora por cable *Eurojazz* y también hay otras en Copenhagen, Nuremberg, Lyon, Atenas y Milán.

En un esfuerzo por aumentar el espacio dedicado al jazz en las emisoras alemanas al tiempo que trabajar para incrementar sus ventas, un grupo de distribución y marketing integrado por representantes de las compañías BMG, EMI, MCA, PolyGram, WEA, Sony y 13 sellos independientes más, iniciaron en 1993 un proyecto denominado Popkomm: Su intención es que el repertorio jazzístico tenga una mayor e importante presencia en las tiendas de discos. En 1994 crearon un premio (el *Jazz Award*) para discos con ventas superiores a la diez mil unidades y, en cooperación con la publicación *Musikmarkt*, desde agosto de ese mismo año producen un boletín de información mensual en el que se relacionan los 20 discos más vendidos según datos obtenidos de las tiendas.

Al igual que hay factores que influyen sobre la decisión de lo que es o no es jazz, los hay también que actúan en contra de una justa cuantificación de los niveles de venta de discos en Europa. Entre ellos está la variedad de posibilidades que tiene el coleccionista para comprar sus discos. Por ejemplo, adquirirlos en América

a través de compañías de venta por correo cuyos datos no entran para nada en las estadísticas europeas. Otra alternativa es la compra directa a los músicos americanos de gira por Europa que a menudo llevan con ellos copias de sus discos para vender en los conciertos - no todos ellos fabricados en Europa-. Con frecuencia ocurre, según la agencia de contratación Gabriele Kleinschmidt Promotions, que las ventas en conciertos y festivales pueden superar las cifras obtenidas a través de los canales regulares de distribución. Esas ventas pueden ser de entre 60 ó 70 discos por concierto lo que puede suponer una venta de alrededor de 250 discos durante una gira de 12 a 15 días.

Hay además mercado de discos de jazz de segunda mano muy difícil también de cuantificar. La tienda especializada Mole Jazz, de Londres, que celebra además tres subastas de discos al año, tiene una circulación anual de producto de segunda mano de entre 30 y 40.000 LP's y de 10 a 15.000 CD's. Las ventas de segunda mano, incluido el material vendido en subastas, significa entre el 30 y el 40% del total de las ventas de Mole. La compañía distribuye una lista de precios seis veces al año que se envía por correo a 2.500 clientes, el 70% de ellos con edad superior a los 40 años.

Y en cuanto a lo que al mercado de jazz en vivo concierne está pasando por una depresión, en parte por la situación general de adversidad económica y el cada vez mas creciente desempleo y en parte porque el mundo del jazz ha perdido en los últimos cinco o seis años a muchas de sus estrellas más significativas: entre otros Miles Davis, Dizzy Gillespie, Art Blakey, Dexter Gordon, Woody Shaw, Sun Ra, Joe Pass, Stan Getz, Gerry Mulligan, Sarah Vaughan, Carmen McRae, Billy Eckstine... Y Ella Fitzgerald, una de las más grandes vocalistas de todos los tiempos, no podrá volver a actuar.

La consecuencia de esto ha sido una masiva polarización en sólo unas pocas megaestrellas capaces de mover grandes presupuestos y llenar teatros. Entre estos talentos preeminentes y el siguiente escalón del jazz como atracción espectáculo, hay un vacío considerable. Para

tratar de solventar este problema, las más importantes compañías de discos han estado desarrollando y promoviendo agresivamente a una nueva generación de artistas

En Alemania se editan demasiados discos y hay demasiadas compañías compitiendo por la edición de grabaciones que ya no están sujetas a los derechos de autor. La audiencia del jazz crece ligeramente pero los aficionados alemanes son los más conservadores del mundo. Creo que la afición crecería aún más si hubiese una mente más abierta estilísticamente hablando entre los propios músicos de jazz alemanes.

Alex Stinshoff, Editor de Jazz Thing (Alemania)

que podría incluir a los trompetistas Roy Hargrove (Verve) y Marlon Jordan (Novus), saxofonistas Joshua Redman (Warner), James Carter (Atlantic), Christopher Hollyday (Novus), Antonio Hart (Novus) y Greg Osby (Blue Note), pianistas como Benny Green (Blue Note), Geoff Keezer (Blue Note) y Marcus Roberts (Sony), el clarinetista Don Byron (Nonesuch), el contrabajista Christian McBride (Verve) y vocalistas como Vanessa Rubin (Novus), Cassandra Wilson (Blue Note), Dee Dee Bridgewater (Verve) y Lucky Peterson (Verve).



El Urogallo

120 EL UROGALLO

ÚLTIMA NARRATIVA:

DA COMIENZO A LA PUBLICACIÓN EN ESPAÑA DE **Liber**, LA REVISTA INTERNACIONAL DE LIBROS DIRIGIDA POR PIERRE BOURDIEU

UNA APUESTA HETERODOXA POR LOS MEJORES **AUTORES** DE LOS **90**

TRAVESÍAS LITERARIAS:

VIAJES A CIUDADES MARCADAS, A TRAVÉS DE LOS TIEMPOS, POR GRANDES NARRADORES Y POETAS. PRIMERA ESCALA: **BUDAPEST**

Un aspecto relevante de la escena del jazz en Suecia es la alta proporción de discos de grupos nuevos suecos; un récord, 102 en el pasado año. Y a esto hay que añadirle 25 reediciones por año. Si comparamos el tiempo de música interpretada en estas grabaciones en relación con los discos editados en los años 50 y 60, resultaría que todos los discos editados entre 1954 y 1969 dan en horas una cifra igual a los editados sólo en el pasado 1995. Cada año se producen con ayuda gubernamental entre 12 y 15 discos de los editados por músicos locales... En Suecia hay una política cultural que creo ha cambiado la escena musical de forma dramática. Desde los años 60 hasta los últimos 80 el Gobierno organizaba conciertos en las escuelas de toda clase de música (jazz, folclore, clásica), esto hacía que los jóvenes se acercasen a géneros musicales distintos al pop, que ya escuchaban suficientemente en las emisoras de radio. También en esos años se abrieron escuelas municipales de música por toda Suecia: impartían clases gratuitas para todos los jóvenes en edad escolar y los alumnos disponían de instrumentos sin pagar nada. Esto fue maravilloso para el acercamiento de los jóvenes a la música en sus distintos géneros... el problema es que ahora la mayoría de ellas no tienen presupuesto."

Lars Westin, Editor de *Orkester Journalen* (Suecia)

Pero mientras esta joven generación puede con frecuencia alcanzar respetables cifras de ventas con sus discos, cuando se trata de actuaciones en vivo no pueden competir contra la popularidad de veteranas estrellas como Lionel Hampton, Oscar Peterson, Ray Charles, B.B. King o Sonny Rollins.

Según la agencia alemana Gabriele Kleinschmidt Promotions, que lleva trabajando con artistas de jazz por toda Europa desde hace más de 20 años, otro factor que ha afectado negativamente a la escena del jazz en vivo ha sido la aplicación de altos niveles de impuestos sobre los cachés pagados a artistas extranjeros (en Francia alrededor del 50% y en Alemania alrededor del 34%). GKP cita a Ray Charles como una de las más grandes y perdurables atracciones en Europa, pero traer a Charles y su orquesta hoy en día supone un coste de 35.000 dólares sólo en billetes de avión además de un caché de 100.000 dólares por concierto.

Además, la disminución de patrocinios y subvenciones por parte de administraciones locales y regionales ha significado que los promotores y agentes tienen que contratar a menudo grandes conciertos en pequeños clubes sólo para cubrir fechas vacantes. Y dado que los clubes han tenido que limitar también de manera importante sus presupuestos, los precios pagados a un grupo de jazz pueden oscilar entre los 10.000 dólares de una actuación semipatrocinada en una sala de conciertos a los 3.000 dólares por un concierto en un club.

Y cuando esto ocurre y el club puede presentar importantes atracciones americanas por un precio relativamente bajo se genera una situación de gran desventaja para los músicos europeos que ya de por sí tienen muy difícil conseguir contratos debido a la secular preferencia de promotores y propietarios de clubes hacia los músicos americanos. El promotor alega que hace simplemente lo que el público demanda pero el agente alemán William Hubers, de Hubers International, asegura que si nadie se arriesga a presentar actuaciones de jazz europeo la audiencia nunca tendrá la oportunidad de escucharlo. ■