



# El jazz en tiempos de Spotify. Por Rudy de Juana [Artículo de jazz]

Por Rudy de Juana.



Para no crear confusiones voy a decirlo en la primera línea: me encanta Spotify. Nunca antes he tenido tanta música a mi alcance. Jamás he podido disfrutar tanto del jazz como lo estoy haciendo desde que estoy suscrito a un servicio que literalmente, ha supuesto un antes y un después para la industria. Así que no, en este artículo vas a encontrar argumentos del tipo la “buena música **solo se escucha en discos de vinilo**”... por mucho que me encante ese formato.

Pero las cosas como son: cuando Daniel Ek, CEO de Spotify, dijo a principios de este mes de agosto eso de que “lo que tienen que hacer los músicos que quieran cobrar más es ponerse a trabajar y no limitarse a publicar un disco cada dos o tres años”, entonces es obvio que crea un problema. Uno en el que se equipara la producción artística con la de cualquier otro tipo: no importa si son temas musicales o tornillos. Según esta línea de pensamiento, los músicos que quieran vivir de su trabajo harían bien en olvidarse de eso del “menos es más”. En el capitalismo mercantilista, más siempre es mucho más.

Por supuesto, a Ek le sorprende que un músico pueda tener algún motivo de queja. A fin de cuentas, ¿no han sido plataformas como la suya las que casi han borrado del mapa el “top manta” y la piratería? ¿no les ofrece a los músicos una

gran ventana para promocionar su trabajo de forma gratuita? ¿no les está ayudando a llegar mucho más lejos de lo que jamás hubiesen imaginado? Y por si esto fuera poco...**¿no les está pagando?**

## **Viviendo a golpe de “reproducción”**

Si has leído hasta aquí, es probable que pienses que los músicos no tienen motivo de queja. Te consta además que las principales plataformas de *streaming* musical no paran de perder dinero. Es cierto. En el último trimestre de este año, Spotify llevó sus pérdidas hasta los 356 millones de euros, Tidal está próxima a la quiebra y si Apple o Amazon Music siguen existiendo, se debe más a la voluntad de las compañías multimillonarias que las sostienen que a su propia rentabilidad. Pero que no te engañes: si pierden, no es desde luego por lo mucho que pagan en derechos. Esto es lo que de media están cobrando de media cada vez que reproducimos uno de sus temas.

- YouTube. 0,0007 dólares para una audiencia estimada de 1000 millones de usuarios.
- Pandora. 0,0013 dólares para 81 millones de usuarios a nivel mundial.
- Amazon. 0,0040 dólares con 20 millones de usuarios estimados.
- Spotify. 0,0044 dólares y una audiencia de 159 millones de usuarios
- Deezer. 0,0064 dólares y 16 millones de usuarios mundiales.
- Google Play Music. 0,0068 dólares y 10 millones de usuarios.
- Apple Music. 0,0074 dólares con una audiencia de 36 millones de usuarios.
- Tidal. 0,0125 dólares y la cantidad más pequeña de usuarios: 4 millones.
- Napster. 0,0190 dólares y solo superando a Napster en usuarios con 5 millones.

Dicho de otra forma: que en el muy improbable caso que un pequeño conjunto de jazz consiguiera que uno de sus temas se reprodujera en un millón de ocasiones, el cheque a cobrar no superaría los 4.000 euros.

Es normal que levanten la voz: que el pago al artista dependa únicamente de las veces que se reproduce una canción completa encierra una lógica perversa. Solo los más grandes, los que pueden garantizarse millones de reproducciones a diario, pueden considerar las plataformas de *streaming* como una fuente real de ingresos. El resto, si son avispados, seguirán el consejo de Daniel Ek: **escribirán muchos más temas** y sobre todo, serán cortos. A fin de cuentas, dos temas de treinta segundos, “rentan” más que uno de un minuto.

Contra este sistema no solo se han rebelado los músicos más modestos o los que se mueven en los márgenes del sistema. En 2014, nada menos que Taylor Swift decidía retirar toda su música de la plataforma. Esta es la razón que daba en ese momento.

“En mi opinión, el valor de un álbum se basa y seguirá basándose en la cantidad de corazón y alma que un artista ha puesto en el conjunto de su trabajo, y el valor financiero que los artistas (y sus sellos) ponen en su música cuando sale al mercado. La piratería, el intercambio de archivos y el streaming han reducido drásticamente el número de ventas de álbumes que se compran. La música es arte, y el arte es importante y raro. Las cosas importantes y raras son valiosas. Las cosas valiosas deben ser pagadas. Mi opinión es que la música no debería ser gratis”.

Swift volvería al año siguiente a colgar su música en Spotify. Pero su mensaje da en el clavo. La inmensa mayoría de los músicos que comparten su música en estas plataformas, no reciben prácticamente nada a cambio, por mucho que cuenten con millones de suscriptores de pago. Si esta situación la sufren en el mundo del pop, del rock o del indie...¿os imagináis como es en géneros tan “minoritarios” como el jazz, el blues o la música sinfónica?

## Las alternativas



Con este panorama puede que muchos músicos piensen que no queda más remedio que resignarse. A fin de cuentas, pueden seguir viviendo de sus conciertos...¿o no? Y sin embargo también están los que no se resignan y propugnan formas de consumo diferente.

La compositora y directora de su propia orquesta de jazz Maria Schneider es además una de las mayores voces críticas de este modelo de “música fast food”. En 2001 puso en marcha “Artist Share”, la primera plataforma de crowdfunding para músicos, que permite a los aficionados financiar nuevos proyectos y conectar directamente con los artistas, sin necesidad de intermediarios.

Además de los discos de Scheneider (su último lanzamiento, *Data Lords* es una auténtica maravilla), con el proyecto colaboran artistas de la talla del guitarrista Jim Hall o el conocido pianista cubano Elli Villafranca.

El otro gran “refugio” para los músicos que no quieren “pasar por el aro” es sin lugar a dudas Bandcamp una plataforma online para artistas independientes que, desde su estreno en 2008, se ha convertido una alternativa más que interesante a iTunes y otros gigantes.



Si triunfa es porque permite que sean los artistas y las pequeñas discográficas las que controlen la forma en la que venden su música y fijen sus propios precios, pagando a cambio un pequeño porcentaje: nada más. Los fans además se convierten

en propietarios de la música que compran y pueden o reproducirla en *streaming*, o descargarla en sus equipos en varios formatos, desde el ligero MP3, a los FLAC, ALAC o WAV de mucha más calidad, pudiendo además adquirir copias en CD o vinilo.

A Aristshare y a Bandcamp les unen dos cosas: una solución (para los artistas) y un problema (de escalabilidad). Y sin embargo, sólo si los músicos toman las riendas de su propia producción musical habrá motivos para cierta esperanza.

Texto: © **Rudy de Juana**, 2020. <http://www.caravanjazz.es/>

Imágenes: los logos pertenecen a cada una de las compañías mencionadas. Se han utilizado a modo meramente informativo e ilustrativo del texto.