

Algo falla en el márketing

Lo primero que tenemos que decir es que estamos agradecidos a todos y cada uno de los que se han hecho eco de nuestra existencia. Gracias por las críticas en un sentido u otro, por los comentarios, los apoyos incondicionales e incluso el pesimismo –también incondicional– de aquellos que siguen manteniendo la tesis de que aquí no se lee, aquí no se venden discos y aquí no se escucha jazz.

El punto de vista único suele ser equívoco por cerrado. Por eso creemos que esa no es una afirmación irrevocable y, porque sólo en parte es cierta, por eso, existe Cuadernos de Jazz. Pero no creemos en las aventuras en solitario; sabemos que una revista, aunque sea la única en su género, nunca podrá mover multitudes.

Pese a la gran negativa y ciñéndonos a lo que nos interesa (la música y más en concreto el jazz), sabemos y no es la primera vez que lo decimos, que no es música mayoritaria. Pero eso de ser o no producto mayoritario es un invento del márketing moderno que se puede resumir en la fórmula “mayoritario es a prioritario como minoritario es a ni puñetero caso”.

Dicho esto y sabiendo de antemano que lo auténticamente mayoritario –por prioritario– es lo básico, y pongamos por ejemplo el pan y los transportes públicos, el resto es tan sólo márketing.

Pero quién se hace cargo de la idea: quién, persona física o jurídica, será el primero en romper la barrera de la incomunicación. Si a nadie le es rentable por qué se editan y reeditan grabaciones. Por qué las tiendas de discos tienen su sección más o menos amplia dedicada al jazz. Por qué se empeñan en decir que el aficionado al jazz es rácano y no gasta ni un duro.

Pues que nos aclaren entonces cómo es que la gente conoce el jazz... Será la afición infusa porque en la radio poco, en la tele menos y a la música que se puede acceder en directo es justo la de aquellos músicos –nuestros músicos– que inauguran su sonido cada noche entre ruido de vasos y cucharillas y sueñan con tener una referencia discográfica para añadir en su dossier profesional.

Todavía más. Cómo se puede mantener viva la afición, el conocimiento y el deseo de *más* si no es a través del disco. No creemos que sea una sobredosis de conciertos durante un festival lo que cargue las pilas para esperar hasta el próximo año.

Debemos olvidar el pesimismo y estar atentos a todos esos oídos receptivos que se han acercado a los recintos del jazz y comienzan a exigir su derecho a ser aficionados. Porque el jazz, por mucho que se empeñen en dejarlo para minorías, nunca fue una música de élites.

Cuadernos de JAZZ