

ADIÓS, GENERACIÓN DAKOU

La generación dakou está desapareciendo. China está cambiando, los jóvenes envejecen y el mercado se expande. Las ilusiones, las promesas y la poesía, incluso el impulso suicida, todo eso quedó arrumbado en el fondo del cajón, aplastado por la acumulación de riqueza. Y los recuerdos, como el primer amor, se disuelven en el flujo constante de información. Hemos vivido nuestra juventud escuchando plásticos vírgenes y reciclados. Pero ahora volvemos a marchar con un canto incompleto, dejando atrás las cajas de fideos instantáneos, las remeras gastadas marca Alchemy y el primer preservativo que usamos...

En la primera página de *Nuevos Sonidos de Beijing* [*Beijing Xin Sheng*] aparecen estas palabras: «Para la generación dakou». Algunos suelen decir que, en realidad, quienes pertenecieron a la generación dakou no tenían el dinero suficiente para comprar aquella revista, sin mencionar que fue un fenómeno que estuvo muy de moda. Sin embargo, cuando comenzamos a publicar *Nuevos Sonidos de Beijing* en 1997, si bien el fenómeno aún no fuera tan evidente ni estuviera tan de moda, los adultos jóvenes ya habían comenzado a revivirlo. Pensando en la época en que los grandes grupos dakou de Guangzhou, Tianjin y Beijing eran los puntos de referencia de la industria, nos preguntamos: ¿quiénes pertenecieron a la generación dakou? ¿Aquellos que en su juventud se la pasaron escuchando discos dakou o quienes se alistaron en sus filas recientemente? ¿Dakou fue un pequeño grupo de gente que guardó con amor un secreto o toda una generación de personas?

A partir de 1992, en China empezaron a aparecer los desechos plásticos, expandiéndose rápidamente a lo largo y ancho del país. Eran como el rock: al comienzo, casi imperceptibles. Cuando se supo que se trataba de la importación de excedentes de compañías discográficas de Estados Unidos y Canadá, que necesitaban destruir productos para aliviar sus inventarios y solucionar sus problemas fiscales, también descubrimos que la efervescente industria de la copia estaba dejando de existir —recordábamos las críticas al capitalismo en los manuales escolares, recordábamos la leche derramada en las rutas debido a la sobreproducción y sonreíamos sarcástica e inescrupulosamente, mientras aceptábamos con frialdad lo que ellos desechaban—.

Entonces, seguíamos las instrucciones de *Mundo Audiovisual* [*Yin Xiang Shi Jie*] para clasificar, vender, comprar, escuchar, aprender, estudiar y disfrutar. En poco tiempo, nació una industria y cualquiera que estuviese relacionado con el rock o con la circulación de nueva música en general se convirtió en propietario de ese secreto.

El año pasado, el holandés Jeroen de Kloet quería escribir un libro sobre el rock chino¹ y para ello intentamos hacer un cálculo rápido de la cantidad de discos dakou que se habían importado en los últimos diez años. ¿Cuántos fueron? ¿Quinientas toneladas? ¿Mil? Nadie lo sabe con certeza; solo sabemos que los casetes dakou durante mucho tiempo fueron la principal fuente de información sobre el rock en China y el alimento espiritual de muchos jóvenes.

En un contexto de monopolio ejercido por empresas intermediarias como Zhongtu sobre la importación de productos audiovisuales, no podíamos sentir más que hambre. Los empleados de las discográficas que se encargaban de importar discos extranjeros y los pequeños funcionarios de Zhongtu que llenaban las planillas de importación sabían poco más que un zapatero del mercado de la música joven. Mientras la cultura del rock rugía como un torrente ante una compuerta, el dakou era ese viento fresco y húmedo en medio de la oscuridad, que llegaba para nutrir a una generación de individuos empalidecidos por habitar en un desierto cultural. Sí, a partir de ese momento, la producción cultural comenzó a crecer, ya fuese mediante la aparición de cantantes famosos de Taiwán y Hong Kong o la Asociación China de Escritores. Nada pudo controlar ese crecimiento: ni el sistema educativo, ni el mundo del entretenimiento pudieron manejar a esos niños que habían encontrado una nueva música, un nuevo juego, un nuevo sentido de pertenencia y un nuevo mundo de apertura.

Pero, básicamente, ¿qué es una generación? ¿Cuántas personas la conforman? ¿Cinco o cincuenta millones?

Tanto la generación beat como la generación perdida estaban compuestas por casi una docena de escritores que promovieron la expresión de un estímulo intergeneracional. Al igual que aquellas, la generación dakou tampoco requería que todos los jóvenes fueran a comprar los discos dakou. Todo lo que se necesitaba para constituir una «generación» era que un grupo de personas creciera durante sus años dorados y que esas condiciones las transformaran lo suficiente como para fundar una cultura comunitaria.

Actualmente, la mitad de los antiguos lectores de *Mundo Audiovisual* se dedica a la industria musical. De hecho, se han convertido en la columna vertebral del mundo de la música. Aquellos jóvenes dakou hoy son gerentes de pequeñas compañías discográficas, estrellas de rock under, músicos de bandas tradicionales y de bandas nuevas, críticos musicales, productores de conciertos, fundadores y coordinadores de revistas, académicos, profesores de guitarra y organizadores de movidas alternativas. Superada su treintena, se han convertido en inversores de capital o en revolucionarios eternos. En cualquier caso, dejaron de ser esos miserables a los cuales era necesario compadecer, aquellos que dejaban gran parte de su sustento mensual en un almacén apretujado: por el solo hecho de escuchar miles de discos dakou y haber gritado como locos en medio de la basura, sus vidas cambiaron después de atravesar esa experiencia.

Si lo pensamos desde un punto de vista intergeneracional, esas personas representaron una generación que se negó a resignarse, que buscó ciegamente y posibilitó una vía subterránea de consumo, que creó una cultura y un estilo de vida alternativos, lo que equivale a decir que también fue una generación que ha crecido tercamente y ha resistido en la lucha. Hoy nos resulta evidente la desnutrición cultural de ese momento, pero la peculiaridad de la generación dakou fue haber tomado consciencia de esa desnutrición mediante los VCD piratas, las librerías puertas adentro, la convivencia prematrimonial, el alquiler, el periódico trimestral de poesía *Génesis* [*Chuangshiji*], la revista *Juventud Global* [*Huanqiu Qingnian*], el pelo largo y la remera personalizada.

La especificidad de esa generación fue haber descubierto, apreciado, integrado y transmitido tantos fenómenos culturales y tantos estilos de vida nuevos. Si sostenemos que en China nunca ha habido una cultura adolescente, entonces podemos decir que comenzó a existir con la generación dakou. Fuere o no a través del rock, creó su propio lenguaje, su propio sistema de valores, su propio entretenimiento y su propia imagen... Antes de eso, era una generación de ideales destruidos; después de eso, fue una generación libre que, si bien había sufrido *algunas roturas*, transpirando jovialidad, logró transformar con tenacidad su destino, con un poco de locura y un poco de melancolía.

Debido a los cambios económicos y culturales, puede decirse que al momento de su desaparición la generación dakou extendía su sombra hacia regiones más amplias, más cerradas y más áridas. Por razones de elección y oportunidad, ella misma se convirtió en una generación que proliferó en la excentricidad y la genialidad. Como los discos dakou provenían únicamente de empresas estadounidenses y canadienses, la partitura que se iba componiendo para nosotros estaba incompleta y era asistemática. Sin embargo, esa condición permitió que desarrolláramos una gran capacidad para digerir y reflexionar sobre aquello que consumíamos, y de ese modo evitar los daños potenciales que nos hubiera causado una sobreabundancia informativa. También nos permitió desarrollar una capacidad creativa mucho más rica.

Hoy transitamos el despertar de la industria discográfica y experimentamos mejoras en la calidad de la piratería, hechos que amplían la información musical enriqueciéndola. Aparecieron muchas revistas de rock como *Canciones Populares [Tong Su Ge Qu]*, *Yo Amo el Rock and Roll [Wo Ai Yao Gun Yue]*, *Música Extrema [Ji Duan Yin Yue]*, *Música Pesada [Zhong Xing Yin Yue]*, la posterior *Rock and Roll*, las clásicas *Cielo Moderno [Mo Deng Tian Kong]*, *Era Punk [Peng Ke Shi Da]* y *Música Libre [Zi You Yin Yue]*. Estas publicaciones ya tienen sus años, pero con el tiempo se fueron sumando otras revistas locales de carácter independiente y miles de sitios web. Ideas alternativas se fueron enraizando a medida que aparecían las marcas y la cultura independientes, incluyendo el cine under y el arte experimental. Lo no convencional aparecía entre los adolescentes que se juntaban en la zona Wudaokou de Beijing, reconocibles por su vestimenta relacionada con el rock, el hip-hop, el punk o el pop japonés o coreano. Ese era el contexto de la generación dakou. Ya han pasado tres años desde que se identificaron y se prohibieron los puntos de venta dakou en todo el país. Su desaparición se debe a la explosión y transformación de una nueva fuerza aún no clasificable.

En ese momento decíamos: «Podés no escuchar dakou, pero estarías rechazando un mundo». Sin embargo, ese mundo no fue importante para todos, sino para los eternos inconformistas, ya que implicaba otro estilo de vida, y para los curiosos, por la novedad. Hoy los adolescentes de las grandes ciudades progresaron en cuanto al estilo de vida, la precocidad, el sexo, la democracia familiar, la industria cultural y del entretenimiento, avances inimaginables para nuestros antepasados o para los habitantes de zonas remotas. Pero para la generación dakou fue más bien distinto, como el rock: había que pelear por eso y ganárselo, costara lo que costara. Los casetes

dakou de Sonic Youth y Nirvana —hoy en día muy populares—en ese momento alcanzaron los 80 rmb2 por unidad. Los compradores fanáticos intercambiaban su idiotez y persistencia por elección propia...

Dakou no es una subcultura en tanto «subcultura adolescente», un término absurdo que no se corresponde con nada. No se debe a ningún monopolio empresarial o ideología, tampoco se debe al arte o a la filosofía. Dakou se ha convertido en una llama ardiente que se desplaza quemando la llanura. No está en los libros, tampoco en la universidad; simplemente existe en nuestra carne y en nuestra respiración.

La generación dakou se está alejando; ella supo ser una brecha entre dos épocas. Le decimos adiós. Mientras haya un nuevo camino, habrá un nuevo andar.

© **Dobra Robota, 2020**