

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

La evolución de la música independiente en China: nuevos modelos de
producción, distribución y consumo

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Yinan Li

DIRIGIDA POR

Joaquín María Ignacio Aguirre Romero

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

PROGRAMA DE DOCTORADO EN PERIODISMO



TESIS DOCTORAL

**La evolución de la música independiente en China:
nuevos modelos de producción, distribución y
consumo**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Yinan LI

DIRECTOR

Dr. Joaquín María Ignacio Aguirre Romero

Madrid

Febrero 2025

Agradecimientos

Quisiera expresar mi más profundo agradecimiento a mi tutor de tesis, Joaquín María Ignacio Aguirre Romero, por su orientación, paciencia y sabias recomendaciones durante este proceso. Le estoy especialmente agradecida por la inspiración que me brindó, no solo en el ámbito académico, sino también en mi desarrollo personal, una influencia que me acompañará toda mi vida.

Agradezco a mi familia, especialmente a mis padres, por su amor incondicional, comprensión y apoyo durante todos estos años. Sin ellos, este logro no habría sido posible. Mi madre, que luchó contra el cáncer de páncreas durante casi dos años, me enseñó el valor de la perseverancia y la resiliencia frente al sufrimiento. Su fortaleza me dio la energía para seguir adelante.

Finalmente, mi más sincero agradecimiento a mis amigos, quienes me brindaron su apoyo constante durante el proceso de elaboración de esta tesis. Su respaldo emocional y espiritual ha sido fundamental.

INDICE

Resumen	IX
Abstract	X
Parte I. Introducción y diseño de investigación	1
Capítulo 1. Introducción a la investigación	2
1.1. Objeto de la investigación	2
1.2. Justificaciones de la investigación	3
1.2.1. Justificación del tema	3
1.2.2. Justificación de limitaciones de investigación	5
1.2.3. Justificación de la división temporal y la elección geográfica en China continental	9
1.3. Hipótesis de la investigación	11
1.4. Metodología a utilizar en la investigación	13
1.5. Marco teórico	16
1.5.1. Un estudio de la producción, distribución y consumo artístico desde la perspectiva de la cultura popular	16
1.5.2. El cambio cultural y la dinámica de la identidad cultural	19
1.5.3. La música como lenguaje y texto	23
1.5.4. El consumo y la identidad individual	29
1.6. Conceptos básicos	32
1.6.1. Las industrias culturales y la industria musical en China	32
1.6.2. La música digital y la música en línea	36
1.6.3. La música independiente en China	37
1.7. Selección del corpus y estructura de la investigación	41
1.7.1. Corpus de la creación de la música independiente	42
1.7.2. Corpus de estudios de producción, distribución y difusión de la música independiente en China	43
1.7.3. Corpus de estudios de consumo de música independiente en China	46
1.8. Resumen de la estructura de la investigación	48

Capítulo 2. Contexto cultural, económico, mediático y temático	51
2.1. El marco cultural: los cambios culturales en China continental desde el final de los 70 del siglo XX	51
2.1.1. Motor e influencia externa que causaron el cambio cultural en China	51
2.1.2. Transición hacia el nuevo modelo cultural en China	54
2.1.3. Transformaciones culturales en China desde finales de los 70	56
2.2. El marco económico: el desarrollo de las industrias culturales en China	65
2.2.1. El desarrollo de las industrias culturales en China	66
2.2.2. El desarrollo de la industria musical en China	78
2.3. Los cambios mediáticos en China continental que afectan a la música independiente	86
2.3.1. El contexto histórico de los medios en China	86
2.3.2. La evolución de la relación entre los medios y la música en China	97
2.4. Los cambios temáticos de la música popular en China	102
2.4.1. Los temas de la música china desde los años 50 a los años 70	102
2.4.2. Los temas de la música china desde los años 80	103
Capítulo 3. Introducción a la música independiente en China	108
3.1. Cultura musical en China desde la fundación de la República Popular China hasta los años 80	108
3.2. Desarrollo de la música independiente en China	111
3.3. <i>Rock</i> en China	114
3.4. <i>Folk</i> en China	118
3.5. Música online en China	121
3.6. Música independiente bajo el telón de fondo de la música digital	124
Parte II. Análisis	126
Capítulo 4. Creación de la música independiente en China	127
4.1. Nostalgia por la edad de oro del <i>rock</i> (la primera mitad de los años 90)	127
4.1.1. Características musicales del <i>rock</i> en la primera mitad de los años 90	129
4.1.2. Temas principales del <i>rock</i> en la primera mitad de los años 90	132

4.2. Recuerdo en la torre de marfil: canciones <i>folk</i> del campus (los años 90)	138
4.2.1. Características musicales de las canciones <i>folk</i> del campus	141
4.2.2. Temas de las canciones <i>folk</i> de campus	142
4.3. Reflujo elitista en la marea de la cultura popular: nacimiento de la música independiente en China (1995-2010)	147
4.3.1. Características musicales de la música independiente (1995-2010)	153
4.3.2. Temas de la música independiente (1995-2010)	156
4.4. Entre lo popular y lo independiente (2010-)	174
4.4.1. Características musicales de la música independiente (2010-)	179
4.4.2. Temas de la música independiente (2010-)	182
4.5. El resumen de la creación de la música independiente en China	202
Capítulo 5. Producción, distribución y difusión de la música independiente en China	206
5.1. La formación inicial, la difusión subterránea y la digitalización de la música independiente (1995-2010)	207
5.1.1. La formación de la escena de la música underground	208
5.1.2. Autoproducción y distribución artesanal	210
5.1.3. Librerías y revistas musicales	211
5.1.4. Sellos discográficos independientes	216
5.1.5. La actuación en vivo: festivales y live houses	222
5.1.6. Las plataformas online de la música independiente	234
5.2. La prosperidad de la música independiente y los nuevos medios (2010-)	236
5.2.1. Los servicios de las plataformas de streaming musicales	237
5.2.2. Los programas de variedades y la música independiente	241
5.2.3. Las redes sociales en la difusión de la música independiente	246
5.2.4. Las plataformas de videos cortos y la música independiente	249
5.2.5. La colaboración interdisciplinaria de la música independiente	253
5.2.6. La fusión entre las escenas musicales presenciales y la difusión en línea	260
5.2.7. Los intentos de la música independiente china en el mercado global	266

5.3. El resumen de la producción, distribución y difusión de la música independiente en China	271
Capítulo 6. La evolución del consumo de música independiente en China	274
6.1. Los pioneros del consumo de la música independiente (1995-2010)	275
6.1.1. El perfil de los consumidores	275
6.1.2. Las motivaciones de los consumidores	277
6.1.3. Los comportamientos y patrones de consumo	278
6.1.4. Las preferencias y tendencias de los consumidores	280
6.2. La consolidación del consumo masivo (2010-)	281
6.2.1. El perfil de los consumidores	281
6.2.2. Las motivaciones de los consumidores	283
6.2.3. Los comportamientos y patrones de consumo	286
6.2.4. Las preferencias y tendencias de los consumidores	293
6.3. El resumen de la evolución del consumo de música independiente en China	294
Parte III. Conclusiones	297
Capítulo 7. Conclusiones	298
7.1. Principales hallazgos y conclusiones	298
7.2. Contribuciones de la investigación	302
7.3. Limitaciones del estudio	303
7.4. Sugerencias para futuras investigaciones	304
7.5. Perspectivas	307
Bibliografía	308
Webgrafía	319

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Wham! en China, 1985	112
Figura 2 <i>Nada a Mi Nombre</i> de Cui Jian	113
Figura 3 Dou Wei, Zhang Chu, He Yong y Tang Dynasty en 1994	117
Figura 4 <i>Canciones Folk del Campus 1</i>	120
Figura 5 <i>Los Ratones Aman el Arroz</i>	122
Figura 6 Álbum de Shuimu Nianhua: <i>Te Tengo en Mi Vida</i>	140
Figura 7 La barra del Haoyun	209
Figura 8 El póster dibujado a mano por Lyu Bo, fundador de Scream Club	210
Figura 9 El póster de actuaciones y el catálogo habitual de libros de música, carteles y VCDs de la Librería Fangzhou a finales de los años 90	212
Figura 10 Las portadas de <i>Canciones Populares</i> , <i>Paraíso Musical</i> , <i>Era Punk</i> , <i>Rock en Auge</i> y <i>Música Libre</i>	214
Figura 11 Las portadas de <i>Música Pesada</i> y <i>Música Extrema</i>	215
Figura 12 Las portadas de Modern Sky	215
Figura 13 <i>Las portadas de So Rock! Magazine</i>	216
Figura 14 Edificio de la discográfica Modern Sky	217
Figura 15 Logo de Maybe Mars	218
Figura 16 Logo de Scream Records y Thirteen Month	219
Figura 17 Logo de Ma You Ye	219
Figura 18 Álbum “Wuliao Contingent”	220
Figura 19 Logo de Tree Music	221
Figura 20 <i>Midi Music Festival 2000</i>	225
Figura 21 <i>Midi Music Festival 2002</i> celebrada en la Escuela de Música Midi	227
Figura 22 Campamento Midi 2021	227
Figura 23 <i>Strawberry Music Festival 2009</i>	228
Figura 24 Yugong Yishan en la Calle de Zhang Zhizhong en Beijing	231
Figura 25 Yuyintang en la Calle de Kaixuan en Shanghai	233

Figura 26 “Golden Fleece Plan” de Douban	235
Figura 27 Versión PC y versión APP móvil de NetEase Cloud Music	238
Figura 28 “The Voice of China” 2012	241
Figura 29 “The Rap of China”	242
Figura 30 “The Big Band”	243
Figura 31 La banda New Pants en “The Big Band”	244
Figura 32 “Folk 2022”	245
Figura 33 La cuenta en Weibo de Chenli con 3,3 millones de seguidores y 2,8 millones de reenvío, comentarios y “me gusta”	247
Figura 34 La cuenta pública oficial en WeChat de Second Hand Rose con 443 artículos originales	249
Figura 35 La cuenta en Douyin de Zhang Gasong con 0,99 millones de seguidores y 5,74 millones de “me gusta”	251
Figura 36 La cuenta en Kuaishou de Zhang Gasong con 0,64 millones de seguidores y 4,22 millones de “me gusta”	252
Figura 37 Los pósteres de las películas “The Continent”, “Goodbye Mr. Loser” y “A Cool Fish”	254
Figura 38 Captura del videoclip de la canción “Nomadic” en YouTube	255
Figura 39 Captura del videoclip de la canción “REFRESH” en YouTube	256
Figura 40 Captura del videoclip de la canción “Desde el principio” en BiliBili	257
Figura 41 Captura del videoclip de la canción “Deja de preguntarme por qué crezco” en BiliBili	257
Figura 42 “Regreso a Eudemons” de Dou Wei	258
Figura 43 Captura del Capítulo III de la Temporada I de la animación “Scissor Seven” con comentarios flotantes diciendo “A Zhen se enamoró de A Qiang” en BiliBili	259
Figura 44 Captura del Capítulo III de la Temporada I de la animación “Scissor Seven” en Netflix	259
Figura 45 Captura de los nueve locales de MAO Livehouse en su página web oficial	261
Figura 46 <i>Shanghai Simple Life Festival 2024</i>	262
Figura 47 <i>Doulive Sofa Concert 2020</i>	264

Figura 48 “Festival Cwin de Música de Videojuegos”	265
Figura 49 Póster del “Friends From The East Festival” del Festival SXSW 2024	267
Figura 50 Gira “Canton Express” de Wu Tiao Ren en EE.UU.	268
Figura 51 Gira “Inside the Cable Temple 2024” de Omnipotent Youth Society en Singapur	269
Figura 52 Parte de los 187 mil comentarios de la canción “Matar al de Shijiazhuang” de Omnipotent Youth Society generados por los usuarios	288
Figura 53 El “Pueblo en nube” de NetEase Cloud Music	289
Figura 54 En el desafío del Rey de la Canción de Douyin 2024, el participante número 37 canta “La Canción de las Habilidades Asombrosas” de Chen Li.	289
Figura 55 Los tres álbumes digitales de Omnipotent Youth Society en NetEase Cloud Music	291
Figura 56 <i>Shanghai Simple Life Festival 2023</i>	292

INDICE DE TABLAS

Tabla 1-1	Cantidad de creadores y canciones seleccionados en cada período	43
Tabla 2-1	Escala del mercado de la industria musical en China y tamaño de los principales sectores (2013-2023)	82
Tabla 3-1	Canciones de <i>rock</i> de la primera mitad de los años 90	127
Tabla 3-2	Canciones <i>folk</i> del campus seleccionadas de los años 90	139
Tabla 3-3	Artistas seleccionados (1995-2010)	149
Tabla 3-4	Canciones seleccionadas (1995-2010)	151
Tabla 3-5	Artistas seleccionados (después del año 2010)	176
Tabla 3-6	Canciones seleccionadas (después del año 2010)	178

Resumen

Esta tesis analiza la evolución de la música independiente en China y los nuevos modelos de producción, distribución y consumo. Las plataformas digitales han transformado la industria musical, ofreciendo mayores oportunidades a los músicos independientes y nuevas formas de interacción con el público. El estudio examina el impacto de estos cambios en la identidad social de los jóvenes, quienes juegan un papel clave como creadores y consumidores.

Se plantean tres hipótesis: la transformación de los modelos musicales deriva de diferencias generacionales en la identidad social; las plataformas digitales han facilitado la promoción de la música independiente; y esta ha pasado de ser un fenómeno alternativo a uno popular debido a cambios culturales, económicos y mediáticos. Los hallazgos confirman estas hipótesis, evidenciando que la digitalización ha redefinido la industria musical independiente en China y ha influido en la forma en que los jóvenes difunden y consumen música.

La investigación emplea una metodología interdisciplinaria basada en revisión bibliográfica, análisis cualitativo y cuantitativo. Se estudia la evolución histórica de la música independiente, sus características estilísticas y textuales, sus dinámicas socioeconómicas y el perfil de sus consumidores, proporcionando una visión integral del fenómeno.

Desde un enfoque teórico, se abordan la cultura popular, el cambio cultural, la música como lenguaje y la relación entre consumo musical e identidad individual, permitiendo comprender cómo los jóvenes utilizan la música independiente para expresarse en un entorno en transformación.

Palabras clave: Música independiente, China, creación, producción, distribución, consumo, digitalización

Abstract

This thesis examines the evolution of independent music in China and the new models of production, distribution, and consumption. Digital platforms have transformed the music industry, offering greater opportunities for independent musicians and new forms of interaction with the audience. The study analyzes the impact of these changes on the social identity of young people, who play a key role as creators and consumers.

Three main hypotheses are proposed: the transformation of musical models stems from generational differences in social identity; digital platforms have facilitated the promotion of independent music; and independent music has transitioned from an alternative phenomenon to a mainstream one due to cultural, economic, and media-related changes. The findings confirm these hypotheses, demonstrating that digitalization has redefined the independent music industry in China and influenced how young people distribute and consume music.

The research employs an interdisciplinary methodology based on literature review, qualitative, and quantitative analysis. It examines the historical evolution of independent music, its stylistic and textual characteristics, its socio-economic dynamics, and the profile of its consumers, providing a comprehensive view of the phenomenon.

From a theoretical perspective, the study addresses popular culture, cultural change, music as a language, and the relationship between musical consumption and individual identity, allowing an understanding of how young people use independent music to express themselves in a changing environment.

Key words: Independent music, China, creation, production, distribution, consumption, digitalization

Parte I. Introducción y diseño de investigación

Capítulo 1. Introducción a la investigación

1.1. Objeto de la investigación

El objeto de estudio de esta tesis son los nuevos modelos alternativos de producción, distribución y consumo de la música independiente en China a través la expansión de las nuevas plataformas digitales y redes de comunicación en el periodo desde los años 1995 hasta la actualidad.

Debido al desarrollo de la tecnología digital, han surgido nuevos modelos de producción, distribución y consumo musical en China, lo que ha llevado a un notable desarrollo en el sector. En esta tesis, se aborda específicamente el impacto de estos cambios en la música independiente. Podemos observar una serie de diferencias significativas entre los nuevos modelos y los tradicionales, como por ejemplo, la forma en que se crean las obras, la aparición de nuevos temas, la transformación del papel del público y la forma de acceso a estas obras. En lo que respecta al sector musical, la música digital ha sido un motor importante en el desarrollo total de la industria, brindando más oportunidades para la música independiente, que antes no era muy conocida por el gran público. Los nuevos medios tienen una gran influencia en el desarrollo de la música independiente, ofreciendo más espacios a los creadores que no tienen suficientes recursos para dar a conocer sus obras.

Se puede observar la participación de los jóvenes en el proceso de producción, distribución y consumo de la música independiente mediante los nuevos modelos. Ellos forman la población principal que crea y consume productos musicales. Analizaremos la diferencia entre las generaciones, sobre cómo confirmar su identidad social a través de textos como la música y del consumo de música independiente.

Por lo tanto, esta tesis tiene como objetivo principal conocer los cambios producidos en el ámbito musical en cuanto a la producción, distribución y consumo de la música independiente. Queremos saber los temas desarrollados, los nuevos medios, los

nuevos gustos, las características de la nueva audiencia, etc. frente a un sistema altamente centralizado y un mercado cada día más comercializado. Señalaremos los cambios en todos los aspectos del proceso de desarrollo de la música independiente, y también identificaremos las causas detrás de estos cambios.

1.2. Justificaciones de la investigación

1.2.1. Justificación del tema

El presente estudio se justifica por la escasez de investigaciones exhaustivas sobre la música independiente en China desde una perspectiva académica amplia y también desde fuera del país. En los círculos académicos en China, existen algunos artículos que abordan temas como el desarrollo y la difusión de la música independiente, músicos y bandas independientes, los estilos musicales, las actividades como conciertos o festivales, el mercado de la música independiente, el análisis de la audiencia y la subcultura urbana juvenil, así como su uso en el cine independiente. Sin embargo, rara vez se encuentran estudios realizados fuera del país, a excepción de algunos ensayos de estudiantes chinos en universidades extranjeras. No hay ninguna investigación relevante en el ámbito académico español. Por lo tanto, esta tesis llena un vacío importante, permitiendo que los investigadores extranjeros comprendan el fenómeno de la música independiente en China continental y brindando una referencia valiosa para los estudiosos de la comunicación interesados en este tema.

Los análisis de los investigadores chinos se enfocan principalmente desde tres ángulos:

- Extensión del *rock*: Estos estudios ven la música independiente como una extensión de la música *rock*, prestando poca atención al papel de las nuevas tecnologías de los medios y los factores del capital e inversión en el desarrollo de la música independiente en China.

- Cambio en la “geografía cultural”: En la última década, ha habido un cambio notable en cómo se investiga la música, con estudios que se centran en el discurso auténtico detrás de cada escena musical, un concepto introducido por Will Straw en 1991 (Qu, 2017: 117) y que se ha convertido en una herramienta clave para los estudios comunicacionales sobre la producción y el consumo musical.
- Medios y canales de difusión: Las observaciones sobre la música independiente han intentado presentar los medios y los canales de difusión en la era digital, pero no han logrado hacer una división histórica de las diferencias y tendencias generales en el desarrollo de los medios en línea.

Las pocas investigaciones realizadas fuera de China se limitan a estudios en inglés que abordan principalmente los primeros años de la segunda década del siglo XXI, enfocándose en estilos específicos como el *rock*, el *xiao qingxin*¹ y la música experimental². Estas investigaciones suelen estudiar la aparición, difusión y consumo de un estilo musical específico desde la perspectiva de la subcultura.

En cambio, esta tesis aborda de manera integral la creación, producción, distribución y consumo de la música independiente en China, proporcionando una comprensión más completa. Esta perspectiva global ayuda a situar los diferentes aspectos de la música independiente en un contexto macro, revelando cómo evoluciona en función de los cambios culturales, el desarrollo de la industria y la evolución de los medios de comunicación.

Antes de profundizar en el análisis de los tres aspectos de producción, distribución y consumo, esta investigación examina el contenido relacionado con la creación de la

¹ “*Xiao Qingxin* originates from the alternative cultural consumption of Independent-pop music. The term refers to a lifestyle rather than a musical genre; in some respects it has contradictions and for some is a sarcastic term to describe a narcissistic lifestyle centered on independent pop music, simple design, and sentimental statements” (Zhang, 2012: 1).

² Por ejemplo, un artículo presentado como requisito parcial para la obtención del título de Máster en Estudios Chinos, titulado *Mediation through Noise: Experimental Music in China*, escrito en junio de 2011 por Gabriele de Seta en la Universidad de Leiden en Países Bajos.

música independiente en China, incluyendo el trasfondo de los autores, los estilos musicales, las regiones de desarrollo y los temas líricos. Cabe destacar que, hasta ahora, no existen estudios específicos sobre el análisis de los textos líricos de la música independiente; solo se han realizado resúmenes temáticos de géneros como el *rock* y la música *folk* en China. Este enfoque preliminar permite establecer un marco comprehensivo para entender cómo estos elementos influyen en la evolución y las características de la música independiente en el contexto chino.

1.2.2. Justificación de limitaciones de investigación

Una de las principales limitaciones de este estudio es la falta de bibliografía académica autorizada que aborde de manera completa y detallada las informaciones sobre el desarrollo de la producción, distribución y consumo de música independiente en China. Aunque existen algunas obras importantes, como *Cenizas al viento: una mirada personal al rock*, de Yan Jun (2006), que documenta aspectos de la historia de la nueva música en China entre 2000 y 2006, y *Shasha Shengzhang: el folk chino contemporáneo*, de Guo Xiaohan (2020), que ofrece un panorama del desarrollo del *folk* contemporáneo, estas no proporcionan un análisis integral que incluya todos los aspectos de música independiente, especialmente en relación con el impacto de la era digital y los medios tecnológicos. Estas obras, si bien son valiosas para entender segmentos específicos de la música en China, no profundizan en la evolución de la música independiente como un fenómeno global ni en su conexión con el desarrollo tecnológico y las plataformas de difusión contemporáneas.

El presente estudio ha tenido que recurrir a una combinación de fuentes diversas para poder completar su análisis, como informes, noticias, enciclopedias, redes sociales y podcast. Para asegurar la coherencia del estudio, se ha optado por utilizar aquellas fuentes que ofrecen una visión más representativa de los hechos. A continuación, se explicarán las fuentes de información específicas. Para más detalles sobre las fuentes específicas, véase las notas al pie y la bibliografía.

En primer lugar, las políticas culturales y los informes de la industria proporcionan un marco de referencia valioso para entender las restricciones y los desafíos específicos a los que se enfrenta la música independiente en un entorno regulado como el chino. Los documentos de políticas y los informes de la industria citados en este estudio incluyen los siguientes, así como los *Informes sobre el desarrollo de la industria musical en China* publicados entre 2014 y 2024 por el Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales, redactados por el grupo investigador de la Universidad de Comunicación de China, y bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión, y el *Informe sobre la Industria de la Música Digital en China (2022)* publicado por el Comité de Trabajo de Música Digital de la Asociación China de Audio, Video y Publicación Digital, todos los cuales han sido añadidos a la bibliografía.

- Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión de la República Popular China (2015): *Opiniones sobre la promoción del desarrollo de la industria musical en China* (en chino: 关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见).
- BigData-Research (2020): *Informe de investigación del mercado de música digital de China para el primer semestre de 2020* (en chino: 2020 上半年度中国数字音乐市场研究报告).
- Comité Central del Partido Comunista de China, Consejo de Estado de la República Popular China (1992): *Decisión sobre la aceleración del desarrollo del sector terciario* (en chino: 关于加快发展第三产业的决定).
- Consejo de Estado de la República Popular China (2006): *Reglamento sobre la Protección del Derecho de Comunicación al Público a través de Redes de Información* (en chino: 信息网络传播权保护条例).
- Consejo de Estado de la República Popular China (2009): *Plan de Revitalización de las Industrias Culturales* (en chino: 文化产业振兴规划).

- División de Finanzas del Ministerio de Cultura de la República Popular China, División de Estadísticas Sociales, Tecnológicas y de Industrias Culturales de la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China (2013): *Análisis del desarrollo de las industrias culturales en China desde el 16º Congreso Nacional del Partido Comunista de China (en chino: 十六大以来我国文化产业发展情况分析)*. Informe de análisis estadístico sobre el desarrollo de las industrias culturales, págs. 54-61.
- KONG, Rong, WU Li, JIANG, Menghan y CAO, Rui (2021): *NetEase Cloud Music: Una comunidad joven destaca oportunidades de crecimiento, “Yuncun” construye una barrera competitiva central (en chino: 网易云音乐: 年轻社区彰显成长机会, “云村”构筑核心壁垒)*. Investigación temática del sector por Tianfeng Securities.
- Ministerio de Cultura de la República Popular de China (2006): *Varios dictámenes sobre el desarrollo y la gestión de la música en línea (en chino: 文化部关于网络音乐发展和管理的若干意见)*.
- Ministerio de Cultura de la República Popular de China (2012): *Plan de Duplicación de las Industrias Culturales durante el Duodécimo Plan Quinquenal (en chino: “十二五”时期文化产业倍增计划)*.
- Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China (2018): *Clasificación de Industrias Culturales y Relacionadas (en chino: 文化及相关产业分类 (2018))*
- Oficina Nacional de Derechos de Autor de la República Popular de China (2015): *Notificación sobre la orden de cese para los proveedores de servicios de música en línea que distribuyen obras musicales sin autorización (en chino: 关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知)*.

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2007): *Statistics on Cultural Industries: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*. Bangkok. UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education.
- SHI, Donghui (2020): *Análisis estadístico del desarrollo de la industria cultural china (en chino: 中国文化产业发展的统计分析)*. Libro Azul de la Cultura: Informe de Investigación sobre el Desarrollo Cultural de China (2017-2020) (en chino: 文化蓝皮书: 中国文化发展研究报告 (2017~2020)), Beijing, Editorial de Literatura Científica y Social, págs. 17-28.
- ZHA, Nan (2018): *Actuación en vivo, destacando de manera independiente. Informe de investigación sobre música independiente por 36Kr (en chino: 现场演出, 独立卓然 36Kr-独立音乐研究报告)*. Instituto de Investigación de 36Kr.

En segundo lugar, otras fuentes de información e imágenes sobre la música independiente incluyen las enciclopedias, como Wikipedia y Baidu Baike; las plataformas de redes sociales, como Douban, Weibo, las cuentas públicas oficiales de WeChat, 36Kr y Street Voice; los sitios web de noticias, como Sohu, Sina, Guangmingwang, Jiemian, ThePaper, QQ News, Lianhe Zaobao y Shanghai Morning Post; y otras fuentes oficiales, como los sitios web de sellos discográficos y las plataformas de *streaming* de audio o vídeo.

Además, los datos de la cantidad de festival de música en China provienen de informes de investigación elaborados por *think tanks* especializados, como el *Informe sobre el desarrollo de los festivales de música en China* del Centro de Investigación de la Industria Cultural Daolue (en chino: 道略文化产业研究中心), y el *Informe sobre el desarrollo del mercado de festivales de música en China (2020-2024)* del Grupo de Expertos Small Antlers (en chino: 小鹿角智库). Los datos sobre el consumo en NetEase Cloud Music fueron obtenidos mediante la API pública de esta

plataforma, y el *Informe de investigación sobre el consumo de música digital en China 2018* publicado en Jiemian por iResearch (en chino: 艾瑞咨询).

El hecho de que la investigación sobre el desarrollo de la producción, distribución y consumo de música independiente en China sea limitada resalta aún más la necesidad de realizar este estudio. Aunque la música independiente comenzó a tomar forma a partir de los años 90, los estudios sistemáticos en este área son escasos, especialmente en el ámbito de la literatura académica en chino. Esta tesis, por lo tanto, no solo busca llenar este vacío, sino también proporcionar un análisis que pueda ser utilizado como referencia por futuros investigadores y estudiosos de la comunicación y la música.

1.2.3. Justificación de la división temporal y la elección geográfica en China continental

La elección de centrar la investigación en China continental y la división temporal seleccionada se justifican por la relevancia y singularidad de los procesos culturales y sociales que han influido en el desarrollo de la música independiente en esta región. Desde las reformas económicas de finales de los años 70 y la apertura al mundo, China ha experimentado profundas transformaciones que han afectado a todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo la música y la cultura juvenil.

a) Justificación de la división temporal

La cronología de la investigación se centra en el período comprendido entre la segunda mitad de los años 90 y la actualidad, un intervalo crucial para entender la evolución de la música independiente en China. Este período comienza con el surgimiento de la música *rock underground* y continúa con la expansión y diversificación hacia otros géneros y formas de música independiente, coincidiendo con la globalización y la revolución digital. Este enfoque permite analizar cómo la música independiente ha pasado de ser un fenómeno de nicho vinculado a la contracultura, a convertirse en una parte significativa de la escena musical

contemporánea, influenciada por la tecnología y la integración en plataformas digitales.

Aunque la tesis considera que la música independiente en China comienza a consolidarse a mediados de los años 90, se realiza un análisis en la sección de creación musical que incluye el *rock* y las canciones *folk* del campus de los principios años de los 90. Este análisis previo es fundamental para entender las raíces de la música independiente en China, al ilustrar cómo estos géneros precursores influyeron en el desarrollo de nuevas formas de expresión musical y cómo los temas, estéticas y valores de esa época prepararon el terreno para la transformación de la música independiente a mediados de los 90.

b) Justificación de la elección geográfica

La investigación se centra en China continental, ya que constituye el epicentro de la evolución de la música independiente en el país, donde se pueden observar claramente las dinámicas de interacción entre la música y factores como la política, la economía y la tecnología. A diferencia de regiones como Hong Kong o Taiwán, que han seguido trayectorias musicales influenciadas por contextos históricos y políticos diferentes, China continental ofrece un marco más cohesionado para estudiar cómo la música independiente ha respondido a la censura, la regulación cultural y la competencia con la música comercial, así como a los retos y oportunidades derivados de las plataformas digitales.

Por tanto, este estudio no solo busca proporcionar una visión más amplia y detallada de la música independiente en esta región, sino también resaltar la importancia de entender el impacto de las particularidades geográficas y temporales en su desarrollo. Esta elección geográfica y temporal permite llenar un vacío académico y ofrece una perspectiva más precisa sobre la evolución y la relevancia actual de la música independiente en China.

1.3. Hipótesis de la investigación

A lo largo de esta tesis, se indagará en las siguientes hipótesis:

En primer lugar, debido a que la mercantilización e industrialización influyen en los temas y contenidos de las obras musicales, la música presenta diferentes tendencias de desarrollo en distintos periodos, dado que aparece cambio entre generaciones, y este cambio se detecta en los modelos de aspectos como la producción, la distribución y el consumo de las obras musicales. En consecuencia, dicho cambio de los modelos de producción, distribución y consumo refleja la diferencia entre generaciones en cuanto a su identidad social. Por lo tanto, suponemos que

(H1) los cambios en los modelos de producción, distribución y consumo de la música independiente en China continental derivan de las diferencias de identidad generacional y reflejan las transformaciones en la estructura social.

Liang Xiaodao indica: “Con el desarrollo de la economía de los productos básicos, el ‘papel’ fijo de las expectativas sociales y los valores tradicionales se han visto afectado, y los jóvenes se han convertido gradualmente en individuos ‘sin roles’” (Liang, 2007: 11. Traducción propia). Los jóvenes en China intentan expresarse y determinar su rol social a través de la participación en la producción, distribución y consumo de música independiente mediante los nuevos modelos.

En segundo lugar, con la popularización de las redes sociales y las plataformas de *streaming*, los creadores de música independiente pueden interactuar y compartir más fácilmente sus obras con su audiencia. Suponemos que

(H2) las nuevas plataformas de medios ofrecen más oportunidades y conveniencia para que los creadores de música independiente puedan promocionar sus obras, y también proporcionan un camino más fácil y

conveniente para que los jóvenes descubran y consuman música independiente.

Las funciones sociales de las plataformas de nuevos medios también proporcionan canales para que los creadores de música interactúen y se comuniquen con su audiencia. A través de las redes sociales, los músicos independientes pueden comunicarse e interactuar directamente con su audiencia, recopilar comentarios y opiniones para comprender mejor las necesidades y preferencias de su audiencia, y mejorar la calidad y popularidad de su obra.

A través de esta investigación, esperamos comprender mejor el impacto de las nuevas plataformas de medios en la creación de música independiente, y cómo los jóvenes descubren y consumen música independiente a través de las nuevas plataformas de medios. Estos hallazgos pueden ayudar a los creadores de música independiente a utilizar mejor las nuevas plataformas de medios para promocionar su música, y también pueden proporcionar valiosas lecciones para el desarrollo de la industria de la música.

Finalmente,

(H3) la música independiente de China continental ha pasado gradualmente de lo alternativo a lo popular, gracias a los cambios que han ocurrido en todo el entorno social, incluyendo aspectos culturales, económicos y mediáticos.

Con el rápido desarrollo económico y el continuo aceleramiento del proceso de urbanización, las grandes ciudades han dado lugar al desarrollo de la cultura popular y se han convertido en lugares de reunión cultural. La música *rock* y las canciones *folk* del campus, que actuaron como precursoras de la música independiente en China, surgió originalmente en el centro cultural altamente concentrado de Beijing. En aquel momento, aún no había surgido el concepto de música independiente. Estos tipos musicales fueron populares en las ciudades y mostraban rasgos fuertes de élite o de la

cultura universitaria. A partir de la segunda mitad de los 90, la participación de “personas foráneas” en la construcción urbana y la generalización de la educación superior gradualmente despojaron a la música independiente de su apariencia elitista, llevándola hacia el *underground*. Junto con la música pop extranjera traída por la globalización, las canciones pop en chino han ejercido una presión abrumadora sobre la cuota de mercado de la música independiente.

Desde la segunda década del siglo XXI hasta la actualidad, la digitalización de los medios de comunicación musical impactó la música pop global. La característica descentralizada de los medios digitales también han cambiado los gustos musicales de la audiencia, y la personalización se ha convertido en la moda seguida por los jóvenes. Al igual que los medios digitales, la música independiente lleva consigo una característica descentralizada de forma natural. Cuando la descentralización se convierte en popular, la industria de la música independiente comienza a replantear la relación entre los conceptos de lo independiente y lo popular. En este momento, los temas expresados en las obras de música independiente son diferentes de los de su período inicial y *underground*, ya que se enfocan más en la experiencia personal de la vida y las emociones.

1.4. Metodología a utilizar en la investigación

Para abordar la investigación sobre los nuevos modelos de producción, distribución y consumo de la música independiente en China se emplearán varios métodos de investigación que permitirán un análisis profundo y multifacético del tema. Estos métodos incluyen la revisión bibliográfica, el análisis cualitativo y la investigación interdisciplinaria.

a) Revisión bibliográfica y documental

La revisión bibliográfica es un pilar fundamental de esta investigación. A través del estudio exhaustivo de la literatura existente, se explorarán los modelos tradicionales y

nuevos de producción, distribución y consumo de la música independiente. Esta revisión abarcará tanto fuentes académicas como informes de la industria y artículos especializados, permitiendo una comprensión amplia y detallada de las dinámicas en juego. Esta fase establecerá la base teórica necesaria para las siguientes etapas de análisis.

b) Análisis cualitativo

El análisis cualitativo se centrará en examinar obras representativas en el campo de la música independiente, básicamente canciones y estilos. Se seleccionarán casos emblemáticos de música independiente en China y se analizarán tanto las obras como sus creadores y audiencias. Este enfoque permitirá evaluar la influencia de los nuevos modelos de producción y distribución en grupos sociales alternativos, así como comprender cómo estos cambios afectan las percepciones y experiencias de los consumidores. Esta etapa complementará la revisión bibliográfica al proporcionar ejemplos concretos y detallados.

c) Análisis cuantitativo

En esta tesis se utilizará el análisis cuantitativo para evaluar la creciente popularidad de la música independiente, a través de diversos conjuntos de datos. Se incluirán datos relevantes de la industria musical, así como estadísticas de festivales de música que mostrarán la expansión y aceptación del género. Además, se analizarán cifras de la plataforma de NetEase Cloud Music, que incluirán datos sobre artistas, usuarios, listas de reproducción y ventas de álbumes, lo que demostrará el aumento del interés y la participación en la música independiente en los próximos años. Estos datos cuantitativos proporcionarán una visión clara de las tendencias actuales y respaldarán la hipótesis de que la música independiente de China continental ha pasado gradualmente de lo alternativo a lo popular.

d) Investigación interdisciplinaria

El tema de esta tesis se abordará desde diversas perspectivas interdisciplinarias, asegurando un análisis comprehensivo. Esta sección se desglosa en las siguientes subcategorías:

1) Análisis histórico y cultural

Se analizará la evolución histórica y cultural de la música independiente en China. Esto implicará un estudio de cómo los contextos culturales, temáticos, económicos y mediáticos han influido en la creación musical y los modelos de producción, distribución y consumo musical. Se explorarán períodos clave y eventos significativos que hayan marcado la transformación del panorama musical independiente. Este análisis permitirá contextualizar los cambios actuales dentro de un marco histórico más amplio.

2) Análisis textual

El análisis textual se centrará en las canciones, sus temas y las formas artísticas empleadas. Este análisis permitirá desentrañar las narrativas y mensajes que se comunican a través de la música independiente, así como las innovaciones estilísticas y estéticas que la caracterizan. Este enfoque ayudará a comprender las tendencias artísticas y los mensajes culturales presentes en la música independiente china.

3) Análisis socioeconómico

Se llevará a cabo un análisis socioeconómico de las formas de producción y distribución de la música independiente en China. Esto incluirá el estudio de las estructuras de la industria, los modelos de negocio emergentes y las estrategias de distribución digital que han permitido la expansión del mercado independiente. Este análisis ofrecerá una visión de las fuerzas económicas y organizativas detrás de la música independiente.

4) Análisis de los consumidores

Finalmente, se analizarán los consumidores de la música independiente, enfocándose en perfil, preferencias, motivaciones y comportamientos de los consumidores. Este análisis ayudará a identificar los tipos de público que consumen música independiente, sus características y sus patrones de comportamiento. Este enfoque permitirá comprender cómo los consumidores interactúan con la música independiente y cómo esta interacción afecta su difusión y popularidad.

En resumen, la metodología empleada en esta investigación combinará diversas técnicas y enfoques para proporcionar una visión integral de los nuevos modelos de producción, distribución y consumo de la música independiente en China. Este enfoque multidisciplinario permitirá un análisis profundo y comprehensivo, abarcando tanto las dimensiones teóricas como prácticas del fenómeno estudiado. La integración de estos métodos asegurará una comprensión holística y detallada de las dinámicas en juego en el ámbito de la música independiente china.

1.5. Marco teórico

1.5.1. Un estudio de la producción, distribución y consumo artístico desde la perspectiva de la cultura popular

La producción, la distribución y el consumo son conceptos relacionados con aspectos económicos. Se derivan de un objeto: el producto, el resultado de una actividad destinada a unos receptores en una condiciones determinadas. La producción, la distribución y el consumo artístico se trata de estas actividades económicas relativas a los productos artísticos, como por ejemplo las obras de música. Los productos artísticos son objetos o textos que cumple la función de comunicación cultural. En el contexto de la industrialización cultural y de la dirección de investigación de la presente tesis, esa comunicación cultural se trata de la comunicación de cultura popular.

La teoría de cultura popular se originó en la sociedad industrial y la sociedad de consumo urbana en el siglo XX. Ha experimentado diferentes etapas de desarrollo a medida que la industrialización cultural presenta diferentes características y tiene diferentes alcances conceptuales en diferentes épocas.

John Storey resumió que “sea lo que sea la cultura popular, se trata definitivamente de una cultura que emergió sólo tras la industrialización y la urbanización” (Storey, 2012: 30). Esta conclusión viene de seis definiciones de cultura popular que Storey enunció en su libro *Teoría cultural y cultura popular*. Y estas seis definiciones de cultura popular son las siguientes:

- Un punto de inicio obvio en el intento de definir la cultura popular es decir que la cultura popular es simplemente la cultura que gusta a muchas personas;
- Una segunda manera de definir la cultura popular es sugerir que es lo que una vez hemos decidido lo que es alta cultura. En otras palabras, es una definición de cultura popular como una cultura inferior;
- Un tercer modo de definir la cultura popular es como “cultura de masas”;
- Una cuarta definición sostiene que la cultura popular es la cultura que tiene origen en “la gente”. Es la cultura folclórica. Es una cultura de la gente para la gente.
- Una quinta definición de cultura popular es la que parte del análisis político del marxista italiano Antonio Gramsci, especialmente del desarrollo de su concepto de hegemonía;
- Una sexta definición de la cultura popular está basada en el pensamiento reciente acerca del debate sobre la posmodernidad. La cultura posmoderna es una cultura que ya no reconoce la distinción entre alta cultura y cultura popular (Storey, 2012: 20-30).

En esta tesis, nos centraremos principalmente en la definición de la cultura popular como “cultura de masas”, es la cultura popular y es una cultura inevitablemente comercial. Se produce en masa para el consumo en masa (Storey, 2012: 24). Además, abordaremos la idea de que la cultura popular es simplemente aquella que gusta a muchas personas, ya que esta definición implica que la cultura popular puede ser cuantificada. Como lo que describe Storey: “Podríamos examinar la venta de libros, de discos y de vídeos. También podríamos ver los récords de asistencia a conciertos, acontecimientos deportivos, festivales. También podríamos estudiar las cifras de los estudios de mercado sobre las preferencias de la audiencia sobre distintos programas de televisión” (Storey, 2012: 20). Estas selecciones nos permitirá reflejar mejor los modelos actuales de producción, distribución y consumo artísticos, con un enfoque especial en la música independiente en China.

En este contexto, es relevante mencionar que, en 1944, Max Horkheimer y Theodor Adorno, de la Escuela de Frankfurt, acuñaron el término “industria de la cultura” para describir los productos y procesos asociados con la cultura de masas (Storey, 2012: 141). Posteriormente, desde la década de 1970, este concepto fue reinterpretado. Por un lado, la teoría de la industria cultural se desarrolló sobre una base sociohistórica y se amplió hacia la comprensión de las tendencias globales; por otro lado, con la expansión del campo, su definición también se extendió a “industrias culturales” o “industrias creativas”. Tal como afirma Colombo: “from the late 1970s to the early 2000s, the theories of the cultural industry were retaken, on the one hand, in a socio-historical base, with the emergence of literature that was often national, but increasingly oriented to the understanding of more global trends, and, on the other, with the expansion of the field, which also implied a change of definition: from cultural industries to creative industries” (Colombo, 2018: 144).

Esta tesis examina la evolución de la industria musical dentro de las industrias culturales como el contexto económico para estudiar las tendencias de desarrollo de la música independiente en China. Además, al analizar cómo las obras de música

independiente se difunden como productos de la cultura popular y cumplen su función de comunicación cultural, las situamos también en el contexto histórico de la evolución de los medios en China y los cambios en los temas musicales.

1.5.2. El cambio cultural y la dinámica de la identidad cultural

La transformación cultural es un campo de estudio importante en las ciencias sociales que se enfoca en la evolución y cambio de la cultura a lo largo del tiempo y el espacio. Aborda una amplia variedad de temas que incluyen la formación y evolución de la cultura, la difusión cultural, los conflictos y cambios culturales, la influencia cultural, la aceptación y rechazo de la cultura, la diversidad y la integración cultural, así como las políticas y gestión cultural. La continuidad de las culturas no es estática, sino dinámica. Los factores que causan el cambio cultural generalmente incluyen dos elementos: la evolución interna y la influencia externa.

Xavier Albó indicó que el cambio cultural “se produce por dos vías complementarias, cada vez más entreveradas: por la evolución interna del grupo a medida que va ganado experiencia o va reaccionando a cambios en su entorno, y por influencia externa en el permanente intercambio con otros grupos culturales. En ambos casos, los cambios pueden empezar en determinados individuos que van influyendo en los demás, y/o por cambios más estructurales en el entorno (económico, social, ambiental...), que conducen a nuevas adaptaciones y estrategias. En un mundo cada vez más entrelazado, actualmente los cambios más significativos provienen sobre todo de influencias externas que inciden en el entorno” (Albó, 2003: 29-33).

Los estudiosos culturales suelen creer que los factores externos tienen un impacto más profundo en el cambio cultural. Guy Bajoit señala que para los sociólogos, “les resultó más importante comprender primero cómo las sociedades se reproducen (sus principios de orden) para después intentar explicar cómo cambian; y, podemos constatar que, efectivamente, sus concepciones del cambio derivan de sus

concepciones del orden” (Bajoit, 2010: 2). A partir de uno de los principios de orden, los sociólogos proceden a elaborar aún más la afirmación de que “si consideramos el orden como producto de un principio de integración, el cambio parte de las innovaciones culturales (tanto técnicas como simbólicas) de los actores: estas innovaciones cambian los valores a los cuales los actores se adhieren y las normas de sus conductas. Estas innovaciones pueden venir de actores internos, pero, en general, vienen del exterior de la colectividad (por sus intercambios con otras). En los dos casos, estos valores, estas normas y estas técnicas nuevas son apropiados por individuos y grupos innovadores, que entran en conflicto con otros que son más bien conservadores” (Bajoit, 2010: 3).

Desde la explicación anterior, se puede comprender que los cambios culturales comienzan con individuos innovadores específicos y entran en conflicto con otros que son más bien conservadores. En general, se considera que los jóvenes asumen el papel de innovadores, mientras que sus padres, que están en sintonía con el orden tradicional, se convierten en los actores en conflicto con el nuevo orden reconocido por los jóvenes. La influencia de la cultura extranjera inevitablemente conduce a la aparición de conflictos culturales y transformaciones culturales, lo cual constituye un factor externo crucial en el surgimiento de la cultura juvenil. Los conflictos culturales y las transformaciones culturales se manifiestan de manera diferente en diferentes países. Wang Hansong señala: “siendo en el contexto occidental predominantemente en forma de conflictos intergeneracionales durante el proceso de industrialización (aunque en los años 70, la juventud europea y japonesa adoptó en cierta medida el ‘sueño americano’, lo que reflejó un choque entre la cultura local y la cultura extranjera, pero este fenómeno no fue típico en los países occidentales). En cambio, en los países que experimentan una modernización tardía, estos conflictos suelen manifestarse como choques entre la cultura tradicional nacional y la cultura occidental (en China, por ejemplo, no fue hasta la década de 1980 que surgieron conflictos intergeneracionales típicos)” (Wang, 1997: 8. Traducción propia).

Wang también explica: “en el proceso de transformación de los modos de producción y la sociedad, los jóvenes han desarrollado nuevas demandas de interés y concepciones de valores. Sin embargo, su forma inicial suele ser espontánea, dispersa y no racional” (Wang, 1997: 9. Traducción propia), y “el conflicto de intereses en este contexto suele derivar de una crisis de identidad cultural en los jóvenes” (Wang, 1997: 8. Traducción propia).

Cuando una sociedad experimenta cambios culturales significativos, como transformaciones en sus normas y valores, las personas pueden verse obligadas a reconsiderar sus propias identidades, ya que la identidad cultural es dinámica. Como indica Neira: “el concepto de identidad, en materia cultural, es radicalmente distinto de lo que se denomina con la misma palabra en matemáticas. Si en ésta sirve para denominar lo que permanece, lo estable, lo ‘idéntico’, en materia cultural sirve para designar un sistema dinámico de autorreconocimiento tal como hace uso de él un grupo que está permanente en cambio” (Neira, 2001: 1288).

La dinámica de la identidad cultural ha dado forma a la diversidad cultural en dimensiones temporales. En palabras de Wang y Bajiot:

“El desarrollo social ha impulsado simultáneamente el desarrollo de la educación moderna, dando lugar a la formación de un nuevo grupo de intelectuales. Estos individuos suelen convertirse en portadores de nuevas corrientes de pensamiento cultural, y a nivel cultural, integran las demandas e ideales de la juventud de manera racional y consciente. La cultura juvenil, fundamentada en la racionalidad y la autoconciencia, surge como resultado de este proceso” (Wang, 1997: 9. Traducción propia).

“Poco a poco, por un proceso de evolución lenta, las innovaciones se imponen al conjunto de la colectividad; después, en el nuevo orden, son transmitidas e interiorizadas por las generaciones siguientes por medio de su socialización” (Bajiot, 2010: 4).

En este proceso, se encuentran con la “contradicción entre la generalización del modelo cultural del individuo-sujeto-actor y el respeto a las culturas y las identidades de las minorías” (Bajoit, 2010: 7). Según la explicación de Bajoit,

“Cada colectividad necesita, para orientar y dar sentido a sus actores y a sus prácticas, producir un relato sobre sí mismo, que llamamos ‘modelo cultural’. Este modelo cultural tiende a generalizarse porque los actores lo imponen, cada uno en función de las exigencias de los problemas que tiene que resolver en sus campos relacionales respectivos. En nuestras sociedades occidentales (incluyendo las partes del mundo ‘en vía de occidentalización’) el modelo cultural reinante actualmente llama a cada individuo a ser sujeto y actor de su existencia personal. Pero, al mismo tiempo, siguen existiendo una gran cantidad de categorías sociales que no tienen ni el deseo, ni los recursos necesarios, para conformarse según las exigencias de este modelo cultural” (Bajoit, 2010: 7).

Este punto también lo podemos abordar desde la perspectiva de la complejidad. Según Edgar Morin, al conocer el mundo, caemos en errores, ignorancias, cegueras, peligros, porque solemos aplicar un modo mutilante de organización de conocimientos. Los seres humanos simplificamos el mundo para no caer en caos y desorden. “Todo conocimiento opera mediante la selección de datos significativos y rechazo de datos no significativos: separa (distingue o desarticula) y une (asocia, identifica); jerarquiza (lo principal, lo secundario) y centraliza (en función de un núcleo de nociones maestras). Estas operaciones, que utilizan la lógica, son de hecho comandadas por principios ‘supralógicos’ de organización del pensamiento o paradigmas, principios ocultos que gobiernan nuestra visión de las cosas y del mundo sin que tengamos conciencia de ello” (Morin, 2009: 28). En relación a las culturas e identidades de las minorías, sin caer en la ignorancia ni la simplificación de la complejidad de la sociedad, se nos brindan oportunidades para comprender los aspectos alternativos en el proceso de cambio cultural.

Por eso, esta tesis explorará, en el contexto de los cambios culturales en China, cómo los músicos independientes y los públicos o consumidores de música independiente en China afirman su identidad y cómo, al conectarse, forman una cultura alternativa.

1.5.3. La música como lenguaje y texto

Michel Foucault señaló en su conferencia *El Orden del Discurso* los procedimientos internos de control y delimitación del discurso. El principio del autor es uno de los principios de enraizamiento de un discurso y limita en el discurso el azar por el juego de una *identidad* que tiene la forma de la *individualidad* y del *yo* (Foucault, 2008: 25, 29, 32).

a) La música como lenguaje y texto

El lenguaje es el resultado de imponer sentido a lo que no lo tiene. Sin duda alguna que la música es un resultado de imponer sentido a los signos o la melodía. Entonces, ¿se puede decir que la música es lenguaje? Existen varios estudios de la relación entre la música y el lenguaje.

R. López Cano la investigó desde su origen y su valor simbólico:

“las relaciones entre la música y el lenguaje son longevas y cercanas. Ambos son objetos culturales, artefactos producidos por el hombre con poderes específicos para expresar, comunicar e interpretar el mundo. Diversas investigaciones aseguran que es muy probable que hayan tenido un origen común y que evolucionaran de forma paralela. Lenguaje y música además son dos grandes aparatos modelizadores de las habilidades simbólicas fundamentales del ser humano. Sin duda alguna, ambos han servido de catapulta para el ascenso del *homo sapiens* como la especie más exitosa de los seres vivos. Y todo ello gracias a que ambos logran la expansión de los mecanismos simbólicos que, paradójicamente, nos han dotado de mejores posibilidades para apropiarnos de lo terreno. Música y lenguaje también

colaboran, aunque de manera distinta, a organizar las redes neuronales del cerebro. Así mismo, la práctica de ambos trasciende los límites de la comunicación y nos permiten ejercitar habilidades cognitivas superiores que luego se plasmarán en funciones básicas como la abstracción, la proyección metafórica, el pensamiento analógico, la organización de emociones, etc” (López Cano, 2008: 88).

La opinión desde el punto de vista de la comunicación enseña que como todo lenguaje, la música contiene el modelo comunicativo. Como el autor llamado oC de la página web *La Música Visual* señala:

“La música es un proceso comunicativo en la doble vertiente de expresión y percepción, como todo lenguaje. El modelo para la comunicación es también aplicable a la música. Dicho modelo sería el siguiente: receptor, emisor, mensaje código canal contexto.”

“Para que la información sea compartida el emisor debe poseer cierta habilidad para captar la atención del receptor utilizando múltiples y variados recursos, el canal escogido debe ser el más idóneo posible, el receptor debe tener la predisposición de participar atentamente en el discurso; pero, sobre todo, el código utilizado debe ser un código compartido por emisor y receptor, coherente con el mensaje e integrable en el canal.”³

Josefa Lacárcel Moreno indica directamente que la música es un lenguaje universal, y mediante cierto comportamiento transmite la armonía y el sentimiento que crea. En sus palabras, “la música considerada como arte, ciencia y lenguaje universal, es un medio de expresión sin límites que llega a lo más íntimo de cada persona” (Lacárcel Moreno, 2003: 221). Y “la música, ya sea mediante el comportamiento de interpretación, de escucha o de composición, si ésta es adecuada, nos conduce a una

³ Referencia: El artículo *La música como lenguaje* publicado en La Música Visual por oC en 29 noviembre 2013. Enlace: <https://lamusicavisual.wordpress.com/2013/11/29/la-musica-como-lenguaje/>, fecha de referencia: 28 de junio de 2024.

rearmonización del estado de ánimo y de los sentimientos” (Lacárcel Moreno, 2003: 223).

Desde la perspectiva de la semiótica, la música es un conjunto de signos que comunica valores de sentido en un orden determinado. Según Iuri Lotman: “históricamente el enunciado en el lenguaje natural fue primario, después siguió la conversión del mismo en una fórmula ritualizada, codificada también mediante algún lenguaje secundario, o sea en un texto” (Lotman, 1996: 78). Cuando hablamos de la música, puede describirse como un lenguaje secundario que es una estructura de comunicación que se superpone al lenguaje natural.

Observamos que la mayoría de estos autores mencionados juzgan que la música es lenguaje. Aunque Lotman ha mencionado el texto, se lo entiende como un lenguaje secundario. En cuanto a la relación entre la música y el texto, se puede entender por la investigación de Lotman.

“La creación de la obra artística indica una etapa cualitativamente nueva en la complicación de la estructura del texto. El texto de muchos estratos y semióticamente heterogéneo, capaz de entrar en complejas relaciones tanto con el contexto cultural circundante como con el público lector, deja de ser un mensaje elemental dirigido del destinado al destinatario. Mostrando la capacidad de condensar información, adquiere memoria. Al mismo tiempo muestra la cualidad que Heráclito definió como ‘logos que crece por sí mismo’. En tal estadio de complicación estructural el texto muestra propiedades de un dispositivo intelectual: no sólo transmite la información depositada en él desde afuera, sino que también transforma mensajes y produce nuevos mensajes” (Lotman, 1996: 80).

Mediante la música, se transmite la información sobre su origen cultural y temporal. Lotman planteó: “el texto cumple la función de memoria cultural colectiva. Como tal, muestra, por una parte, la capacidad de enriquecerse ininterrumpidamente, y, por otra,

la capacidad de actualizar unos aspectos de la información depositada en él y de olvidar otros temporalmente o por completo.” (Lotman, 1996: 80). La música transmite los “valores basados en la tradición cultural en la que nace la obra y que permiten relacionar algunos sus rasgos con ciertos contenidos a través de determinadas convenciones propias de cada cultura” (González Martínez, 2015: 398).

La música también tiene valores afectivos que expresa o evoca en el receptor determinados sentimientos. En este sentido, la música cumple la función de un mensaje dirigido del portador de la información al auditorio. Como otros tipos de texto, la música también puede ser “un interlocutor de iguales derechos que posee un alto grado de autonomía. Puede actuar como una formación intelectual independiente que desempeña un papel activo e independiente en el diálogo” (Lotman, 1996: 81). Los auditorios pueden platicar con la música para comprender más profundo la armonía que la música crea.

“El texto se presenta ante nosotros como un complejo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar los mensajes recibidos y de generar nuevos mensajes, un generador informacional” (Lotman, 1996: 82) con rasgos “intelectuales” altamente desarrollados. Observamos que la música tiene estas capacidades, por eso, la música se entiende como texto.

b) La afinidad de la música con las letras y sus temas

Las canciones son la combinación de la música y las letras. En los párrafos anteriores, se ha mencionado que las canciones unen la palabra y la música en la voz. Son poemas cantados. Cuando decimos “música” normalmente nos referimos a una composición sin palabras.

Según A. Schönberg:

“son relativamente pocas las personas capaces de comprender, en términos puramente musicales, lo que la música expresa. El suponer que una pieza de

música debe acumular imágenes de una u otra especie y que si estas faltan la pieza no ha sido entendida o carece de valor, es algo tan extendido como solamente puede serlo lo falso y lo vulgar. Nadie espera tal cosa de cualquier otro arte, sino que se contenta con los efectos de sus elementos; aunque bien es verdad que en las demás artes el tema material, el objeto representado, se ofrece por sí mismo automáticamente al limitado poder de comprensión del intelectualmente mediocre. Puesto que la música como tal, carece de tema material, hay quienes buscan a través de sus efectos la belleza de la forma exclusivamente, y otros, procedimientos poéticos” (Schönberg, 2005: 25).

En este sentido, las letras sirven para la mejor comprensión de la música. Añadir letras a la música es una estrategia desarrollada para que el receptor tenga capacidad de comprender correctamente el sentimiento que el autor quiere transmitir por la música. Umberto Eco indicó que el “autor” desarrolla unas estrategias en el texto buscando ser leído de una determinada manera. El lector trata de detectar esas estrategias en el texto para hacer la lectura “correcta” imaginándose un modelo de autor. La composición del texto está determinada por su receptor modelizado, es decir, por una cierta condición estimada de quién o cómo será su lector. Se escribe pensando en quien nos leerá, en su capacidad de comprendernos. A través del texto podemos deducir a quién iría destinado. El autor compone el texto para “un” lector-tipo pero es leído por muchos lectores con distintos grados de competencia lectora o diferencias pragmático culturales (Eco, 1987: 87-95).

La creación de letras es la creación poética. Según María Payeras Grau: “entre el poeta y la palabra se extiende una realidad concebida como un sistema de signos que interactúan entre ellos, que reclaman una conciencia capaz de descodificarlos y darles coherencia. Es en este punto donde la creación poética adquiere su sentido, su razón de ser y su obstinada belleza” (Payeras Grau, 2011: 276). En el proceso de crear las letras por el compositor, se adquiere el sentido y la belleza.

c) La metáfora en la música

Según la descripción en los párrafos anteriores, la música es un lenguaje artístico y la creación de letras es una creación poética. En el proceso de creación de arte y poema, suelen aplicar un tipo de figura retórica: la metáfora. Además, la música es simbólica, mientras que la metáfora puede ser un símbolo. Sin lugar a dudas, la música popular emplea muchas metáforas.

Existe una malinterpretación de la metáfora entre la gente. G. Lakoff y M. Johnson explicaron que “para la mayoría de la gente, la metáfora es un recurso de la imaginación poética, y los ademanes retóricos, una cuestión de lenguaje extraordinario más que ordinario. Es más, la metáfora se contempla característicamente como un rasgo sólo del lenguaje, cosa de palabras más que de pensamiento o acción. La metáfora, por el contrario, impregna la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción. Nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica.” (Lakoff & Johnson, 2012: 39). En el proceso de la creación de una canción, la metáfora enriquece la letra y ayuda a comprender mejor la intención que el autor se propone comunicar, generando así una reflexión en el público sobre la realidad de su vida.

En esta tesis, el marco de “La música como lenguaje y texto” ofrece una base teórica para analizar la creación de la música independiente en China, facilitando la comprensión de cómo los músicos expresan sus ideas a través de la música y las letras, estableciendo un diálogo entre el creador y el oyente, y generando resonancia y reflexión en un contexto sociocultural más amplio. Esto proporciona un fundamento para entender mejor la producción, distribución y consumo de la música independiente en China, ya que la dirección artística, los valores y la innovación en la creación musical independiente guían y se infiltran en los procesos posteriores de producción, distribución y consumo.

1.5.4. El consumo y la identidad individual

Al investigar la relación entre consumo e identidad, es esencial considerar esta interacción compleja desde diversas perspectivas.

En primer lugar, el consumo no solo satisface necesidades básicas, sino que también constituye una práctica cultural significativa. A través del consumo, los individuos tienen la posibilidad de expresar su identidad, moldear su sentido de sí mismos y encontrar su lugar en la sociedad. En la sociedad moderna, con el desarrollo de la economía de mercado, el consumo se ha convertido en un estilo de vida que refleja no solo la capacidad económica del individuo, sino también sus valores, actitudes y contexto cultural. Como señala Storey:

“Lo que y cómo consumimos puede servir para expresar quiénes somos o quiénes deseamos ser; puede utilizarse para producir y mantener estilos de vida específicos; puede ofrecer compensación en tiempos de pérdida o proporcionar un medio simbólico para celebrar el éxito y marcar logros; puede satisfacer tanto nuestras necesidades como nuestros deseos; puede proporcionar el material para nuestros sueños; puede marcar y mantener diferencias y distinciones sociales, y puede ser un signo de nuestra opresión y explotación”⁴ (Storey, 2017: xii. Traducción propia).

En segundo lugar, la fluidez y la multiplicidad de la identidad son especialmente evidentes en la sociedad contemporánea. Tradicionalmente, la identidad se ha comprendido como una cualidad fija y coherente, determinada por la biología o las estructuras sociales. En las palabras de Storey:

⁴ Texto original en inglés: “*What and how we consume may serve to say who we are or who we could like to be; it may be used to produce and maintain particular lifestyles; it may promise compensation in times of loss or provide a symbolic means to celebrate success and mark achievement; it can serve to meet both our needs and our desires; it can provide the material for our dreams; it can mark and maintain social difference and social distinction, and it can be the sign of our oppression and exploitation*” (Storey, 2017: xii).

“Tradicionalmente, la identidad se ha entendido como algo coherente y fijo; una cualidad esencial de una persona garantizada por la naturaleza, especialmente por la biología humana (‘naturaleza humana’). Esta visión tradicional a veces se modifica para producir una segunda concepción de la identidad, en la que sigue siendo algo fijo y determinado, pero en esta formulación se afirma que la biología se combina con variables sociales como la clase, la ‘raza’, la etnicidad o el género, para producir y garantizar (lo que aún es) una identidad coherente y fija”⁵ (Storey, 2017: 87. Traducción propia).

Sin embargo, durante el siglo XIX y principios del siglo XX, esta concepción de la identidad fue desafiada por diversas corrientes intelectuales, ofreciendo interpretaciones alternativas sobre la identidad. Según el resumen de Storey:

“De diversas formas, la teoría de la evolución de Charles Darwin (el yo en evolución), el concepto de historia de Karl Marx (el yo histórico), la teoría del psicoanálisis de Sigmund Freud (el yo inconsciente) y la teoría del lenguaje de Ferdinand de Saussure (el yo habilitado y restringido en y a través del lenguaje) contribuyeron a ‘descentrar’ el yo tradicional”⁶ (Storey, 2017: 88. Traducción propia).

Con la aparición del postmodernismo, la identidad se ha reinterpretado como un proceso dinámico y en constante construcción. Este cambio implica que la identidad del individuo ya no es unitaria, sino que está constituida por múltiples factores. Al respecto, Storey explica:

⁵ Texto original en inglés: “Traditionally, identity has usually been understood as something coherent and fixed; an essential quality of a person that is guaranteed by nature, especially human biology (‘human nature’). This traditional view is sometimes modified to produce a second view of identity in which it is still something fixed and determined, but in this formulation biology is said to combine with social variable such as class, ‘race’, ethnicity, or gender, to produce and guarantee (what is still) a coherent and fixed identity” (STOREY, 2017: 87).

⁶ Texto original en inglés: “In different ways, Charles Darwin’s theory of evolution (the evolving self), Karl Marx’s concept of history (the historical self), Sigmund Freud’s theory of psychoanalysis (the unconscious self) and Ferdinand de Saussure’s theory of language (the self-enabled and constrained in and through language) all helped to ‘decentre’ the traditional self” (STOREY, 2017: 88).

“Esta visión postula que la identidad no es algo fijo y coherente, sino algo construido y siempre en proceso de cambio. Se trata de una identidad como ‘producción’ en lugar de herencia. Es una identidad constituida en, y no fuera de, la historia y la cultura. Además, según este modelo, el concepto de identidad es reemplazado por el concepto de identidades: identidades múltiples y móviles”⁷ (Storey, 2017: 88. Traducción propia).

En este contexto, el consumo se convierte en una herramienta fundamental para construir y expresar identidades múltiples. Las personas utilizan el consumo para manifestar su individualidad, sus valores y los roles que desean desempeñar en la sociedad.

“Nuestras identidades se construyen en parte a partir de las cosas que consumimos - lo que escuchamos, lo que vemos, lo que leemos, lo que vestimos, etc. ... Dicho de otra manera, lo que consumimos y cómo lo consumimos dice mucho sobre quiénes somos, quiénes queremos ser y cómo nos ven los demás. El consumo es quizás una de las formas más significativas en las que desempeñamos nuestro sentido de uno mismo. Lo que consumimos nos proporciona un guion con el que podemos representar y escenificar de diversas maneras el drama de quiénes somos”⁸ (Storey, 2017: 89. Traducción propia).

Esta tesis toma como base teórica la idea de que a través del consumo, los individuos tienen la posibilidad de expresar su identidad, para estudiar el consumo de la música independiente en China. Este enfoque destaca cómo las prácticas de consumo musical

⁷ Texto original en inglés: “*This view posits identity, not as something fixed and coherent, but as something constructed and always in a process of change. This is identity as ‘production’ rather than inheritance. It is identity constituted in, not outside, history and culture. Moreover, according to this model, the concept of identity is itself replaced by the concept of identities - multiple and mobile identities*” (STOREY, 2017: 88).

⁸ Texto original en inglés: “*Our identities are in part constructed out of the things we consume - what we listen to, what we watch, what we read, what we wear, etc. ... Or put it another way, what we consume and how we consume it says a great deal about who we are, who we want to be, and how others see us. Consumption is perhaps one of the most significant ways we perform our sense of self. What we consume provides us with a script with which we can stage and perform in a variety of ways the drama of who we are*” (STOREY 2017: 89).

están íntimamente relacionadas con la construcción y expresión de la identidad personal y colectiva. Además, la fluidez y multiplicidad de la identidad, que son especialmente evidentes en la sociedad contemporánea, subrayan cómo la identidad se construye de manera dinámica y variable, permitiendo a los individuos adoptar y combinar diferentes influencias culturales. Esto es fundamental para comprender cómo el consumo de música independiente en China no solo representa una preferencia estética, sino también una forma de redefinir la identidad en un contexto cultural en constante cambio.

1.6. Conceptos básicos

1.6.1. Las industrias culturales y la industria musical en China

Las industrias culturales abarcan las actividades de creación, producción, difusión y consumo de productos y servicios culturales. Según la definición de la UNESCO:

“Las Industrias Culturales se definen como aquellas industrias que producen resultados artísticos y creativos, tanto tangibles como intangibles, y que tienen un potencial para la creación de riqueza y generación de ingresos a través de la explotación de activos culturales y la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicionales como contemporáneos). Lo que tienen en común las industrias culturales es que todas utilizan la creatividad, el conocimiento cultural y la propiedad intelectual para producir productos y servicios con significado social y cultural.”⁹ (UNESCO, 2007: 11. Traducción propia).

⁹ Texto original en inglés: “*Cultural Industries are defined as those industries which produce tangible or intangible artistic and creative outputs, and which have a potential for wealth creation and income generation through the exploitation of cultural assets and the production of knowledge-based goods and services (both traditional and contemporary). What cultural industries have in common is that they all use creativity, cultural knowledge and intellectual property to produce products and services with social and cultural meaning*” (UNESCO, 2007: 11).

En cuanto al alcance de las industrias culturales, según la clasificación de la UNESCO:

“Las industrias culturales incluyen: publicidad; arquitectura; artesanía y muebles de diseño; ropa de moda; cine, video y otras producciones audiovisuales; diseño gráfico; *software* educativo y de ocio; música en vivo y grabada; artes escénicas y entretenimiento; televisión, radio e internet; artes visuales y antigüedades; edición, prensa y literatura”¹⁰ (UNESCO, 2007: 11. Traducción propia).

A pesar de que el concepto central de las industrias culturales posee cierta universalidad a nivel global, la definición y el énfasis en las mismas varían entre países y regiones, reflejando las características particulares de su desarrollo cultural y económico. En Europa, las “industrias creativas” destacan el papel del gobierno en la protección y promoción de la cultura, poniendo énfasis en la diversidad y la preservación del patrimonio cultural. En Estados Unidos, las “industrias culturales” subrayan la comercialización de la innovación y la creatividad, con un fuerte énfasis en la propiedad intelectual y las dinámicas del mercado. Japón utiliza el término “industria de contenidos” para describir sus industrias culturales, lo cual refleja su ventaja competitiva en la producción de contenidos, especialmente en los ámbitos del *anime* y los videojuegos, donde ejerce una influencia global significativa.

En China, según la “Clasificación de Industrias Culturales y Relacionadas” publicada en 2018 por la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China, las industrias culturales y relacionadas se refieren al conjunto de actividades de producción que proporcionan productos culturales y productos relacionados con la cultura al público en general. Esta clasificación divide las industrias culturales y afines en dos aspectos y tres niveles. El primer nivel comprende 9 categorías

¹⁰ Texto original en inglés: “*The cultural industries include: advertising; architecture; crafts and designer furniture; fashion clothing; film, video and other audiovisual production; graphic design; educational and leisure software; live and recorded music; performing arts and entertainment; television, radio and internet broadcasting; visual arts and antiques; publishing, press, and literature*” (UNESCO, 2007: 11).

principales; el segundo nivel, 43 subcategorías; y el tercer nivel, 146 sub-subcategorías. Los dos aspectos son:

“en primer lugar, las actividades de producción de productos culturales (incluyendo bienes y servicios) cuyo contenido principal es la cultura y que tienen como objetivo satisfacer directamente las necesidades espirituales de las personas, tales como la creación, fabricación, difusión y exhibición de dichos productos. Esto incluye específicamente seis categorías principales que son servicios de información y noticias, producción y creación de contenido, servicios de diseño creativo, canales de difusión cultural, operaciones e inversiones culturales y servicios de entretenimiento y ocio cultural. En segundo lugar, las actividades necesarias para la producción de productos culturales que incluye tres categorías principales, es decir, los servicios auxiliares e intermediarios de producción cultural, la producción de equipos culturales y la producción de terminales de consumo cultural (incluyendo fabricación y venta)” (Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China, 2018. Traducción propia).

A partir de las clasificaciones mencionadas anteriormente, se puede observar que las industrias culturales en China abarcan una amplia gama de sectores que van desde la creación, producción y difusión de contenidos hasta los terminales de consumo cultural. Estos sectores, en conjunto, constituyen una extensa y compleja cadena de las industrias culturales. Al satisfacer las necesidades culturales y espirituales de la población, estas industrias impulsan tanto el crecimiento económico como el desarrollo social.

La investigación de esta tesis se enmarca dentro de la industria musical, que forma parte de las industrias culturales. Según el primer informe anual de la industria musical de China, el “Informe sobre el desarrollo de la industria musical en China 2014”, la industria musical en China “se centran en la creación original de obras

musicales, se articula a través de la gestión de derechos de autor e involucra todos los sectores relacionados con la creación, interpretación, publicación, producción y distribución de música” (Comité Nacional para la Promoción de la industria musical y la Universidad de Comunicación de China, 2014: 3. Traducción propia). Con respecto a la creación, producción, distribución y consumo en la industria musical, Sun Weijia indica: “la creación de obras musicales es la base de las operaciones de la industria, y la industria musical puede considerarse como un sector comercial que integra actividades de producción musical, marketing y difusión de música, así como actividades de consumo musical” (Sun, 2016: 135. Traducción propia). La industria musical, a través de la continua adaptación a los cambios del mercado y la tecnología, ha evolucionado desde los soportes físicos tradicionales hacia plataformas de música digital y de transmisión en continuo, convirtiéndose en un sistema económico dinámico y diversificado.

A través del “Informe sobre el desarrollo de la industria musical en China 2014”, se puede resumir que la industria musical en China abarca los siguientes 13 aspectos: el sector de los discos físicos, el sector de los espectáculos musicales, la gestión y representación de los derechos de autor musicales, el sector de la música digital, la publicación de libros de música, el sector de los instrumentos musicales, el sector del audio profesional, la educación y formación musical, la música en radiodifusión y televisión, el mercado de karaoke, los premios y rankings musicales, las bases nacionales de la industria musical y el intercambio musical internacional.

En este estudio, se explorarán la industria musical en China desde tres perspectivas principales: producción, distribución y consumo. Esto significa que se entenderá la industria musical china de manera global, en lugar de centrarse en sectores específicos.

1.6.2. La música digital y la música en línea

La música digital es música almacenada en formato digital que puede transmitirse a través de Internet. No importa cuántas veces se descargue, copie o reproduzca, su calidad no cambiará. Usualmente usamos el término *música digital* solo cuando lo contrastamos con medios analógicos donde el sonido se almacena en forma física, como cintas magnéticas o discos de vinilo. En el caso de las cintas de casete, esta información se almacena magnéticamente. En términos de producción, existen diferentes combinaciones de tecnologías analógicas y digitales, como AAA (todo analógico), AAD (grabación y mezcla analógica, pasada a un CD o emitida digitalmente), ADD (grabación analógica y mezcla digital, con vinilo final) y DDD (todo digital). El MP3 es un formato de archivo común (no el único) en el que se almacena la música de origen analógico o digital con un código determinado. Algunos otros ejemplos de formatos de archivos de audio digital incluyen AAC, WMA, OGG, WAV, etc.

Con el desarrollo de la tecnología digital, el concepto de música digital se ha ido familiarizando gradualmente con la gente, este concepto se define desde una perspectiva técnica o industrial. Lo “digital” en la música digital es el “estado de almacenamiento” o “método de almacenamiento” de la música, que se puede clasificar en música en línea y música offline. La música en línea se refiere a la música digital que se transmite directamente a un terminal de computadora a través de Internet. El terminal de computadora actúa como un cliente de música en línea y su acceso a Internet es una red cableada como LAN y ADSL o una red inalámbrica como WiFi. La música inalámbrica, también conocida como música móvil, se refiere a los servicios de música que se transmiten a terminales de comunicaciones móviles a través de redes de comunicaciones móviles y modelos de servicios móviles de valor agregado.

Comparado con la definición desde un punto de vista técnico, el concepto de música en línea se define desde la perspectiva de la forma de comunicación y distribución. A fines de 2006, en “Varios dictámenes sobre el desarrollo y la gestión de la música en línea” del Ministerio de Cultura de China se definió por primera vez la música en línea que “es la difusión de productos musicales a través de diversos métodos alámbricos e inalámbricos, como Internet y las redes de comunicación móvil. Su característica es la formación de un modelo de producción, difusión y consumo de productos musicales digitales ” (Ministerio de Cultura de China, 2006. Traducción propia).

Por lo tanto, la música digital y su distribución en línea definen la misma forma musical desde la perspectiva de la tecnología y la comunicación. Se refiere a la música digital producida, transmitida y comercializada a través de la red de información, y es el producto de la integración de la música y las tecnologías de la información, las telecomunicaciones, Internet y los medios.

Dado que la música en línea ha alcanzado una posición dominante en la industria musical, la autora ha observado que muchos estudios no hacen una distinción estricta entre los términos de la música digital y la música en línea. Por eso, en esta tesis, al citar investigaciones relacionadas, también se utiliza el término “música digital” para referirse a la “música en línea”, salvo que se especifique lo contrario.

1.6.3. La música independiente en China

El concepto de música independiente se originó desde la industria musical en Inglaterra y los Estados Unidos. En principio, se llamaba música *underground* o música alternativa y su desarrollo tenía relación estrecha con la música *rock*. Se popularizó después de la Segunda Guerra Mundial. Según Luo Qian:

“Tras el auge de la industria discográfica en la década de 1960, las cinco principales compañías discográficas a nivel global, es decir, Warner,

Universal, Sony, EMI y BMG, comenzaron a monopolizar el mercado musical occidental.... No obstante, al margen del mercado comercial dominado por estas grandes corporaciones, surgieron bandas y colectivos musicales de menor escala que lograron escapar del control de las ‘cinco grandes discográficas’. Estas agrupaciones produjeron un volumen significativo de obras de *rock* caracterizadas por su ruptura con las restricciones comerciales, su espíritu vanguardista y una marcada postura contracultural. Este fenómeno dio lugar a la aparición de sellos discográficos independientes, que se consolidaron como una alternativa diferenciada frente al mercado comercializado.” (Luo, 2019: 9. Traducción propia).

Algunos compositores y pequeñas discográficas no tenían ni un mínimo éxito debido al desarrollo de las grandes corporaciones discográficas, porque éstas últimas tenían un sistema de distribución propio que aseguraba que sus canciones y discos llegaran a todo el mundo. Para evitar comercialización excesiva de la música y expresar ideas libres en ella, los pequeños compositores y compañías discográficas empezaron a buscar su propia salida. Sus obras demostraron características únicas: su actitud era creación y expresión libre; su producción y distribución se centraron en los músicos, es decir, “desde la producción, la promoción hasta la distribución, casi todas las etapas del proceso son gestionadas de manera autónoma por el propio músico” (Luo, 2019: 10. Traducción propia); en cuanto al consumo, la música independiente era la elección autónoma de la gente.

La música independiente actualmente no tiene una definición clara en la academia. Wendy Fonarow concluyó la música independiente que “ha sido considerada por personas de adentro como: 1) un tipo de producción musical afiliada a pequeños sellos discográficos independientes con un modo distintivo de distribución independiente; 2) un género de música que tiene un sonido particular y convenciones estilísticas; 3) música que comunica un ethos particular; 4) una categoría de

evaluación crítica; y 5) música que puede contrastarse con otros géneros, como pop, dance, blues, country o música clásica (Traducción propia)¹¹” (Fonarow, 2006: 26).

La música independiente en China se considera como la extensión de la música *rock* en los años 80 del siglo pasado. En el contexto del programa de la “Reforma y Apertura”¹², al principio de los años 80, el área cultural en China intentó librarse del yugo sujetado en la época anterior. Por lo tanto, en China, los músicos o musicógrafos tienen sus propios comprensiones de la música independiente. Por una parte, la mayoría de ellos tienen la opinión similar a la de Fonarow, como por ejemplo las bandas independientes crean y distribuyen independientemente sus obras; cada pieza de la música independiente tiene su propia connotación única e ideas para expresar. Por otra parte, ellos no destacan el valor de evaluación crítica de la música independiente, o mejor dicho, con el desarrollo de la sociedad y la economía dentro de las últimas tres décadas, la criticidad de la música independiente se debilita gradualmente. Además, la música independiente no se distingue de otros estilos de música, sino que expresa su propio contenido único a través de varios estilos musicales, como el *pop*, el *rock* y el *folk*.

En el contexto de la presente tesis, se toma la música independiente como música creada y distribuida independientemente por músicos o compañías discográficas independientes de acuerdo con sus propios ideales sin una promoción comercial excesiva. La música independiente expresa actitud, opiniones y connotaciones únicas a través de múltiples estilos. Por tanto, la música independiente puede incluir *rock* independiente, *folk*, música electrónica experimental, *hip-hop* y otros estilos

¹¹ Texto original en inglés: “*Indie music has been considered by insiders to be: (1) a type of musical production affiliated with small independent record labels with a distinctive mode of independent distribution; (2) a genre of music that has a particular sound and stylistic conventions; (3) music that communicates a particular ethos; (4) a category of critical assessment; and (5) music that can be contrasted with other genres, such as mainstream pop, dance, blues, country, or classical*” (Fonarow, 2006: 26).

¹² “La ‘Reforma y Apertura’ es una política de transformación interna y apertura al mundo que China comenzó a implementar en diciembre de 1978, tras la Tercera Sesión Plenaria del XI Comité Central del Partido Comunista.”
Enlace de referencia:

<https://baike.baidu.com/item/%E6%94%B9%E9%9D%A9%E5%BC%80%E6%94%BE/886098>

musicales con temperamento independiente. El *rock* y el *folk* son las principales partes de la música independiente china.

La música independiente en China se distingue claramente de la música oficial y del pop en cuanto a libertad creativa, expresión de contenidos, canales de distribución, posicionamiento en el mercado y modelo económico, sirviendo cada una a diferentes públicos y objetivos. En primer lugar, la música independiente pone énfasis en la libertad creativa y la expresión personal, sin estar sujeta a presiones comerciales ni a la censura oficial. Los músicos independientes tienen la posibilidad de explorar una amplia variedad de estilos musicales e incorporar en sus obras temas sociales, emociones personales o contenidos contraculturales. En cambio, la música oficial tiende a ser más conservadora, con contenidos que deben alinearse con los valores predominantes y las políticas estatales, y sus temáticas suelen girar en torno al patriotismo y la armonía social. Por otro lado, el pop se enfoca más en las demandas del mercado y la aceptación del público, con contenidos que abordan temas más generales, como el amor y aspectos cotidianos de la vida, con el objetivo de atraer a una audiencia lo más amplia posible.

En lo que respecta a la distribución y promoción, la música independiente suele difundirse a través de plataformas independientes y redes sociales, confiando en el boca a boca y el apoyo de los fans. La música oficial cuenta con sólidos recursos gubernamentales que permiten su amplia difusión a través de eventos organizados por el gobierno y medios de comunicación oficiales. El *pop*, en cambio, se apoya en los medios de comunicación convencionales y campañas publicitarias, con las discográficas y agencias invirtiendo grandes recursos en promoción para maximizar su alcance en el mercado.

Además, el posicionamiento en el mercado y el público objetivo de cada una también son diferentes. La música independiente suele atraer a jóvenes que buscan experiencias únicas y tienen un gusto musical particular, mientras que la música

oficial se dirige a un público más amplio, especialmente a quienes valoran la tradición y el patriotismo. El *pop*, por su parte, está orientado a todo tipo de público, con el objetivo de atraer al mayor número de oyentes a través de su carácter entretenido y comercial.

Finalmente, las diferencias en el modelo económico también son evidentes. La música independiente depende principalmente de ingresos provenientes de entradas para conciertos, ventas de discos y *crowdfunding*, lo que, aunque implica ingresos inestables, garantiza una mayor independencia. La música oficial suele estar financiada u organizada por el gobierno, sirviendo al interés público y nacional, sin depender de las ventas en el mercado. El *pop*, en cambio, genera ingresos a través de la venta de música, patrocinios publicitarios y grandes eventos, respaldado por poderosas instituciones comerciales.

1.7. Selección del corpus y estructura de la investigación

Dado que el objeto de esta investigación son los nuevos modelos alternativos de producción, distribución y consumo de música independiente en China a través de la expansión de nuevas plataformas digitales y redes de comunicación durante el período comprendido desde 1995 a la actualidad, su corpus considera principalmente los siguientes aspectos: los creadores de música independiente y sus obras, los actores de producción y los agentes y medios de difusión de la música independiente, y los oyentes y consumidores de música independiente. Por lo tanto, la estructura de esta tesis también se desarrollará a partir de estos tres contenidos, es decir, primero se estudiará a los creadores de música independiente y sus obras, luego se estudiará la producción, distribución y difusión de música independiente, y finalmente se estudiará la audiencia y el grupo de consumidores de música independiente.

A continuación, se presentará la estructura de investigación de la presente tesis y el corpus involucrado en cada parte.

1.7.1. Corpus de la creación de la música independiente

Esta sección de creación es la más fundamental de toda la investigación, ya que sin creación no se puede hablar de producción, distribución y consumo. Por lo tanto, la selección del corpus en esta parte tendrá un impacto decisivo en la selección del corpus en las partes de transmisión y consumo. Para garantizar la integralidad, diversidad y relación entre las diferentes partes de la investigación en un espacio limitado, la selección del corpus en esta sección es especialmente importante y deben considerarse varios factores durante el proceso de selección.

En primer lugar, en cuanto a la división temporal, como se ha mencionado en la sección de justificación, aunque la tesis considera que la música independiente en China comienza a consolidarse a mediados de los años 90, se realiza un análisis en la sección de creación musical que incluye el *rock* y las canciones *folk* del campus universitario de principios de los años 90. Es importante tener en cuenta que las canciones *folk* del campus de los años 90 se considera un estilo musical que surgió antes de la música independiente. Sin embargo, al analizar su breve ciclo de vida, se ajustó el período de tiempo para incluir la investigación de las canciones *folk* del campus hasta el año 2000, es decir, después de que surgiera la música independiente.

En segundo lugar, en la selección de creadores y sus obras, se considera desde múltiples perspectivas su estilo musical, debut, ciudad de origen y el idioma utilizado (chino mandarín, inglés o dialecto). En cuanto a los aspectos que no se pueden representar, como la accesibilidad, transmisibilidad y popularidad de sus obras, así como el nivel de habilidad creativa del propio artista y su grado de aceptación, todo esto se ha tenido en cuenta. Después de enumerar a 48 músicos individuales y 79 bandas independientes, finalmente se seleccionó la siguiente relación de creadores y canciones:

Tabla 1- 1 Cantidad de creadores y canciones seleccionados en cada período

	<i>Rock</i> al principio de los años 90	Canciones <i>folk</i> del campus en los años 90	Música independiente entre 1995-2010	Música independiente después de 2010
Individuos	5	4	5	5
Bandas	3	1	15	10
Canciones	25	15	40	30

Es necesario explicar que el análisis solo se enfocó en el *rock* durante principios de los años 90 debido a que la música de *rock* china de este período se considera como la génesis de la música independiente en China. Las canciones *folk* del campus de los años 90 también tuvieron cierta influencia en el *folk* urbano independiente posterior. El número de creadores y sus obras seleccionadas para estos dos géneros básicamente abarcó a los artistas y canciones más populares de la época. Y a partir de mediados de la década de 1990, cuando surgió la música independiente en la China continental, la cantidad de creadores aumentó abruptamente. Por lo tanto, la selección de creadores y obras de los últimos dos períodos en la tabla anterior se llevó a cabo siguiendo las consideraciones mencionadas anteriormente, seleccionando dos canciones de cada creador. La presentación de los creadores y canciones específicos se mostrará en la sección de análisis.

1.7.2. Corpus de estudios de producción, distribución y difusión de la música independiente en China

En este trabajo, se han utilizado diferentes partes del corpus para analizar la producción, distribución y difusión de la música independiente en China. A continuación, se detalla cómo se integraron los contenidos en cada sección:

a) Período 1995-2010

- La formación de la escena de música *underground*: Se incluyen informaciones sobre pequeños clubes y espacios de conciertos *underground*, como el bar Haoyun, el bar Wuming Gaodi y el Scream Club, los cuales representaron los principales escenarios físicos para el desarrollo de la música independiente en esta etapa.

- Librerías y revistas musicales: Se utilizan informaciones históricas de la librería Fangzhou y varias revistas como *Canciones Populares* (dedicada al *rock*), *Paraíso Musical*, *Era Punk*, *Rock en Auge* y la revista resultante *Música Libre*. Además, se incluyen otras revistas especializadas como *Ruido*, que atendía a los fanáticos de la música alternativa, y publicaciones enfocadas en estilos específicos como *Música Pesada*, *Música Extrema* y *Era Gótica*. También se citan revistas influyentes, como *Modern Sky*, que dejó un impacto significativo pese a publicar solo diez ediciones, y *So Rock! Magazine*, que combinó temas sociales con el rock para consolidarse como una publicación emblemática.

- Sellos discográficos independientes: Se examinan los sellos discográficos como Modern Sky, Maybe Mars, Scream Records, Thirteen Month, Tree Music, Ma You Ye, destacando su rol en el desarrollo de la música independiente.

- Festivales y *live houses*: Se incluyeron los festivales de música *Midi Music Festival* y *Strawberry Music Festival*, además de espacios como Yugong Yishan en Beijing y Yuyintang en Shanghái, mostrando cómo estos escenarios físicos apoyaron la música independiente.

- Plataformas en línea: Se analiza la contribución de Douban, que marcó uno de los primeros intentos de difundir música independiente a través de Internet.

b) Período después de 2010

- Servicios de *streaming* musical: Se utiliza información de plataformas como NetEase Cloud Music, que conecta a músicos con audiencias cada vez más amplias.

- Programas de variedades: Se incorporan casos como el de “The Voice of China” de Zhejiang TV, “The Rap of China”, “The Big Band” y “Folk 2022” de iQIYI, que dieron mayor visibilidad a los músicos independientes en los medios principales.

- Redes sociales: Se incluyen ejemplos del impacto de Weibo y WeChat, destacando su rol en la difusión de la música independiente a través de cuentas oficiales.

- Plataformas de vídeos cortos: Se toman casos de Douyin y Kuaishou, que ofrecieron a los músicos independientes oportunidades para promover su música en formatos innovadores.

- Colaboraciones interdisciplinarias:

Cine: Se analizan canciones de artistas independientes como “Camino Ordinario” y “Mis Flores”, de Pu Shu, que se incluyó en “The Continent” y “Goodbye Mr. Loser”, y la colaboración de la canción “Luz”, de Chen Li, en la película “A Cool Fish”.

Publicidad: Se presentan casos de asociaciones entre músicos y marcas como Adidas, Sprite, Dove e IKEA.

ACG: Se destacan proyectos como la canción “Regreso a Eudemons”, de Dou Wei, para el MMO “Eudemons M” y “A Zhen se enamoró de A Qiang”, de Wu Tiao Ren, en “Scissor Seven”.

- Fusión entre escenas presenciales y difusión en línea: ejemplos como *MAO Livehouse*, el *Simple Life Festival* y el *Doulive Sofa Concert 2020* de Douyin ilustraron la convergencia entre lo presencial y lo digital en la promoción de

música independiente. Actuaciones temáticas, como las del “Festival Cwin de Música de Videojuegos”, también se destacan.

- Intentos de internacionalización: Se usan casos como la gira “Canton Express” de Wu Tiao Ren en Estados Unidos y la gira asiática de Omnipotent Youth Society.

También se cita la colaboración del grupo Higher Brothers con el sello estadounidense 88rising, así como sus logros en plataformas globales como YouTube y Spotify.

Estas fuentes y ejemplos se integran como corpus en este estudio para proporcionar una base sólida en el análisis del desarrollo de la música independiente en China, destacando sus características y su evolución en distintas fases históricas.

Cabe explicar que todos los músicos mencionados en este apartado, como Pu Shu, Wu Tiao Ren, Omnipotent Youth Society y Higher Brothers, entre otros, forman parte de los artistas ya presentados en la sección anterior dedicada a la creación de la música independiente en China. En este contexto, su inclusión no solo refuerza el análisis de la producción musical independiente, sino que también permite observar cómo su trabajo se conecta con las dinámicas de distribución y difusión, evidenciando un ciclo completo de desarrollo en la industria musical independiente del país.

1.7.3. Corpus de estudios de consumo de música independiente en China

El análisis del consumo de música independiente en China se centra en el perfil de los consumidores, sus preferencias, motivaciones y comportamientos, enmarcados en diferentes periodos históricos y contextos socioculturales. Este corpus se divide en dos etapas principales que reflejan cambios generacionales y transformaciones en los patrones de consumo.

a) Período 1995-2010: Los pioneros del consumo de música independiente

Entre 1995 y 2010, los principales consumidores de música independiente en China estaban compuestos por individuos nacidos en las décadas de los 70, los 80 y algunos en los primeros años de los 90. Sin embargo, más que simples consumidores, este grupo puede definirse como *entusiastas apasionados de la música independiente*, quienes no solo disfrutaban del producto cultural, sino que también participaban activamente en su promoción y desarrollo.

- Características clave de este grupo:

Nivel educativo y ocupación: La mayoría eran personas con un alto nivel de educación, pertenecientes a la élite urbana. Dentro de este grupo se encontraban intelectuales, estudiantes universitarios, artistas y profesionales creativos.

Distribución geográfica: Estaban concentrados en grandes centros urbanos como Beijing, Shanghái y Guangzhou, donde se encontraban las principales escenas de música independiente y los espacios culturales alternativos.

Actitud hacia el consumo: Este grupo veía la música independiente no solo como un producto, sino como un estilo de vida y un símbolo de resistencia cultural. Su consumo estaba estrechamente vinculado a valores como la autenticidad y la búsqueda de identidad.

b) Período posterior a 2010: La consolidación del consumo masivo

A partir de 2010, los nacidos en los años 80, 90 y la Generación Z han pasado a ser el núcleo de los consumidores de música independiente en China. Este grupo presenta un perfil demográfico más amplio, adaptado a un contexto de globalización y digitalización del consumo musical.

- Características clave de este grupo:

Edad y demografía: Este grupo se concentra principalmente en personas de entre 15 y 35 años, lo que incluye adolescentes, jóvenes adultos y una generación en transición hacia la madurez.

Ubicación y nivel socioeconómico: Predominan los residentes en áreas urbanas con un ingreso disponible relativamente alto, lo que les permite acceder fácilmente a productos culturales y servicios relacionados con la música independiente.

Cambio en los comportamientos de consumo: A diferencia de los consumidores de la etapa anterior, este grupo ha adoptado plataformas digitales, redes sociales y servicios de *streaming* como medios principales para consumir y descubrir música independiente. Su consumo está menos asociado con una postura ideológica y más con una experiencia estética y de entretenimiento.

El corpus del consumo de música independiente en China muestra una evolución clara en el perfil y las dinámicas de sus consumidores. Desde los entusiastas pioneros altamente involucrados hasta los consumidores digitales de las generaciones más jóvenes, estos cambios reflejan la transformación del panorama cultural y tecnológico en el país. A través de estas dos etapas, es posible entender cómo el consumo de música independiente se entrelaza con los procesos de cambio cultural y la redefinición de las identidades urbanas en China.

1.8. Resumen de la estructura de la investigación

Esta investigación está organizada en tres grandes partes: *Introducción y diseño de la investigación* (marco, metodología, etc.), la realización del *Análisis* propuesto y *las conclusiones*, con un enfoque progresivo que integra el contexto, la teoría y el análisis aplicado al estudio de la música independiente en China. La *Parte I: Introducción y diseño de la investigación*, compuesta por tres capítulos, establece las bases conceptuales y contextuales del trabajo. El primer capítulo, *Introducción a la*

investigación, comienza con la definición del objeto de estudio y las justificaciones que explican la relevancia temática, geográfica y temporal del análisis. Posteriormente, se formulan las hipótesis y se describe la metodología empleada, que combina enfoques cualitativos y cuantitativos para abarcar la creación, producción, distribución y consumo de la música independiente. Este capítulo también incluye un marco teórico que aporta perspectivas interdisciplinarias sobre cultura popular, identidad cultural y música como texto social, así como conceptos clave relacionados con las industrias culturales, la música digital y la música independiente en China. Concluye con la selección del corpus del análisis, estructurado en torno a las dimensiones principales del estudio: creación, producción y distribución, difusión y consumo.

El segundo capítulo, *Contexto cultural, económico, mediático y temático*, ofrece un análisis detallado de los antecedentes culturales, económicos, mediáticos y temáticos que contextualizan el desarrollo de la música independiente en China. En este capítulo, se abordan las transformaciones culturales y económicas en China desde finales de los años 70, marcando el inicio de un nuevo modelo de modernización cultural. Sin embargo, los cambios mediáticos y los temas musicales se analizan desde 1949, explorando cómo las dinámicas políticas, tecnológicas y sociales han influido en la relación entre los medios, las industrias culturales y la música en China. Este enfoque permite entender las interacciones entre estos factores y su impacto en el panorama musical del país.

El tercer capítulo, *Introducción a la música independiente en China*, se centra en el surgimiento y la evolución de este fenómeno dentro del contexto sociocultural del país. Se analizan los antecedentes históricos de la cultura musical desde la fundación de la República Popular China, pasando por el desarrollo del *rock* y el *folk* en los años 80 y 90, hasta llegar a la consolidación de la música independiente en la era digital. Este capítulo también examina la influencia de las tecnologías digitales en la producción, difusión y consumo de música independiente, así como su relación con

otras tendencias musicales contemporáneas. En conjunto, este capítulo sienta las bases para entender la música independiente como un fenómeno cultural único dentro del complejo panorama musical de China.

La *Parte II: Análisis*, compuesta por los capítulos cuatro, cinco y seis, desarrolla un análisis profundo desde tres ejes principales: la “creación”, la “producción, distribución y difusión”, y finalmente el “consumo” de música independiente en China. En el capítulo cuarto, se examinan las características musicales y los temas recurrentes de la música independiente en distintos periodos históricos, destacando su evolución estilística y temática desde los años 90 hasta la era digital.

El capítulo quinto aborda los procesos de producción, distribución y difusión, desde las primeras iniciativas subterráneas (*underground*) hasta la influencia de los nuevos medios. Este análisis incluye plataformas de *streaming*, redes sociales, plataformas de videos cortos y los intentos de internacionalización de la música independiente china.

En el capítulo sexto, se estudia la evolución del consumo, enfocándose en los cambios en el perfil, las motivaciones y los comportamientos de los consumidores, así como las tendencias emergentes en la era digital.

La *Parte III: Conclusiones*, correspondiente al capítulo séptimo, reúne las reflexiones finales del estudio, organizadas en diferentes secciones. Aquí se presentan los principales hallazgos y conclusiones, las contribuciones de la investigación, las limitaciones del estudio y las sugerencias para futuras investigaciones. Además, esta parte presenta perspectivas específicas sobre la creación, producción, distribución y consumo de la música independiente en China, explorando su evolución y proyecciones en un contexto en constante transformación.

Capítulo 2. Contexto cultural, económico, mediático y temático

2.1. El marco cultural: los cambios culturales en China continental desde el final de los 70 del siglo XX

2.1.1. Motor e influencia externa que causaron el cambio cultural en China

La “Reforma y Apertura” de China, liderada por Deng Xiaoping, actuó como el motor principal del cambio cultural en China a finales de la década de 1970. Esta política introdujo reformas económicas y sociales significativas que posibilitaron una mayor apertura hacia el mundo exterior y una gradual liberalización de la economía y la sociedad. Estos cambios estimularon transformaciones en la mentalidad y la cultura de la sociedad china, fomentando un mayor intercambio de ideas y la adopción de elementos culturales occidentales. Después de 1978, los líderes chinos con Deng Xiaoping como figura central trasladaron el enfoque de su labor desde la lucha de clases que había predominado desde la década de 1950 hacia la construcción económica, implementando reformas y apertura. En consecuencia, el desarrollo cultural debía ajustarse a esta nueva dinámica.

Resumiendo las lecciones de la “Revolución Cultural”¹³, el Partido Comunista de China “ajustó y desarrolló las políticas y directrices en el campo de la cultura y las artes. Reafirmó la política de la ‘Campana de las Cien Flores’¹⁴, destacando que, en el marco de no contradecir las orientaciones políticas, tanto las diversas formas y estilos de la cultura y las artes como el contenido ideológico de las obras culturales y artísticas podían competir y expresarse libremente. Además, se promovió la

¹³ “La ‘Revolución Cultural’, conocida formalmente como “Gran Revolución Cultural Proletaria”, tuvo lugar entre mayo de 1966 y octubre de 1976.” Enlace de referencia: <https://baike.baidu.com/item/%E6%97%A0%E4%BA%A7%E9%98%B6%E7%BA%A7%E6%96%87%E5%8C%96%E5%A4%A7%E9%9D%A9%E5%91%BD/615661>

¹⁴ Se refiere a un breve período entre 1956 y 1957 en la historia de la República Popular China en el que el líder del Partido Comunista (PCCh) Mao Zedong alentó las críticas y el debate acerca de los problemas políticos y económicos que aquejaban al país, bajo la consigna : “Permitir que 100 flores florezcan y que cien escuelas de pensamiento compitan es la política de promover el progreso en las artes y de las ciencias y de una cultura socialista floreciente en nuestra tierra”. Enlace de referencia: https://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a_de_las_Cien_Flores

diversificación del contenido ideológico en las obras culturales y artísticas. Se implementaron numerosas políticas y regulaciones específicas destinadas a estimular la creación cultural y artística, fomentar actividades culturales populares y fortalecer el intercambio cultural entre China y el extranjero. Se estableció como principio rector que la producción de productos culturales debía priorizar el beneficio social, buscando alcanzar la mejor combinación posible entre beneficio social y beneficio económico. También se planteó la necesidad de reformar el sistema cultural para adaptarlo a las demandas de la reforma política y económica. Estos ajustes y desarrollos abrieron un camino más amplio para el desarrollo de la cultura en China en su conjunto” (Chen, 1999: 114. Traducción propia).

Con la “Reforma y Apertura” como motor, en este período, la mayor manifestación del cambio cultural en China fue el inicio de una nueva era en el intercambio cultural entre China y el extranjero, convirtiéndose en un catalizador para el desarrollo cultural de China en el proceso de modernización. A partir de esto, en los años 80, el ámbito académico chino experimentó una intensa “fiebre cultural”, un aspecto que puede analizarse a través de los estudios realizados por Wang y Chen.

“La década de los años 80 marcó un punto de inflexión importante en China, cuando el país pasó nuevamente de un período de cerrazón a uno de apertura. En esta ocasión, la amplitud y la intensidad de la apertura fueron sin precedentes en la historia de China... La apertura de la sociedad conlleva cambios en los modos de vida y las formas de pensamiento de las personas” (Wang, 1997: 61. Traducción propia).

“Bajo el contexto del Movimiento de Liberación del Pensamiento y la ‘Reforma y Apertura’, surgió un inédito intercambio cultural entre el pasado y el presente, así como entre culturas chinas y extranjeras. Un evento emblemático de este período fue el fervoroso debate cultural que se extendió a lo largo de toda la década de 1980. El núcleo y la esencia de este debate, a

nivel académico, se centraron en la exploración de la modernización de la cultura del pensamiento tradicional, mientras que, a nivel político, buscaban abordar la cuestión de la dirección del desarrollo moderno de la China contemporánea” (Wang, 1997: 63. Traducción propia).

“En la apasionante ‘fiebre cultural’ de la década de 1980, se plantearon varias cuestiones que merecen un análisis más profundo. Estas incluyen la amplitud del ámbito cultural, la superposición cultural, la estructura de la cultura china, las etapas de desarrollo de la cultura china, las disparidades espaciales en la cultura china, la herencia cultural china en su totalidad, el intercambio cultural entre China y el extranjero, la globalización de la cultura china y la sinización de la cultura mundial... Sin embargo, la corriente principal de la ‘fiebre cultural’ consistió en alabar lo occidental mientras denigraba lo chino, utilizando la cultura occidental como arma para criticar la cultura tradicional y así acelerar la modernización de China. No obstante, a partir de la década de 1990, se produjo un cambio abrupto en la atmósfera intelectual en China, dando lugar a una poderosa corriente de pensamiento antioccidental que emergió con gran esplendor. Esta corriente no solo se caracterizó por una disposición emocional o intencional, sino que también presentó fundamentos teóricos y argumentativos sólidos, además de contar con una clara y distintiva posición ideológica” (Chen, 1999: 118. Traducción propia).

En el ámbito académico, el debate sobre la transformación de la cultura china ha ido adaptándose con el paso del tiempo, indudablemente fundamentado en las realidades culturales de diferentes épocas. Sin embargo, se puede afirmar con certeza que, tras el impacto de la cultura occidental moderna, la cultura tradicional china ha experimentado cambios que han llevado a la sociedad a enfrentar distintas opciones en sus actividades culturales. Esto incluye la elección entre la cultura tradicional y la cultura moderna, la cultura oriental y la cultura occidental. Estos cambios también

han dado lugar a conflictos culturales, fomentando así la transición hacia un nuevo modelo cultural y características culturales distintivas.

2.1.2. Transición hacia el nuevo modelo cultural en China

La exploración de la dirección del desarrollo cultural en China antes de la “Reforma y Apertura” se remonta a 1919 con el Movimiento del 4 de Mayo y la difusión del marxismo en China. Wan Shiming resumió este tema como lo siguiente:

“El Movimiento del 4 de Mayo y la difusión del marxismo no solo señalaron el camino de la revolución del pueblo chino, sino que también indicaron la dirección del desarrollo cultural en China... Mao Zedong, mientras lideraba el proceso de la Nueva Revolución Democrática de China, que buscaba oponerse al imperialismo y al feudalismo, reconoció plenamente la influencia crucial de la construcción cultural en el proceso revolucionario. En su esfuerzo por combinar la teoría marxista con la práctica revolucionaria china, Mao Zedong se centró en el papel promotor de la nueva cultura y las nuevas ideas en la revolución china... elaboró sistemáticamente una visión de la cultura del nuevo democracia. Según Mao Zedong, la cultura del pueblo en su lucha contra el imperialismo y el feudalismo es la cultura científica y popular de la nación, es la cultura de la nueva democracia y es la nueva cultura de la nación china. Después de la fundación de la República Popular de China, Mao Zedong también realizó valiosas exploraciones en las leyes de la construcción de la cultura socialista” (Wan, 2006: 37. Traducción propia).

“La formulación de la política de ‘Campana de las Cien Flores’ fue un intento de Mao Zedong por encontrar un camino apropiado para el desarrollo de la cultura socialista y la ciencia que se ajustara a las condiciones nacionales chinas” (Wan, 2006: 38. Traducción propia).

Sin embargo, “después de mediados de la década de 1950, el Partido (PCCh) estableció un paradigma de construcción cultural con la lucha de clases como eje rector en la orientación ideológica, esto provocó un golpe sin precedentes en la construcción cultural” (Wan, 2006: 38. Traducción propia). En particular, la “Revolución Cultural” (1966-1976) tuvo un impacto devastador en el desarrollo cultural. Después de la “Revolución Cultural”,

“Resumen de las lecciones aprendidas de la ‘Revolución Cultural’ de una década, partiendo de las necesidades prácticas de la ‘Reforma y Apertura’, así como de la construcción de la modernización socialista, Deng Xiaoping planteó una visión estratégica que consiste en fortalecer la construcción de la civilización material de alto nivel, al mismo tiempo que se refuerza la construcción de la civilización espiritual socialista” (Wan, 2006: 39. Traducción propia).

A partir de entonces, impulsado por la “Reforma y Apertura” como fuerza motriz, y sumado al impacto de la cultura occidental, el desarrollo de la cultura china comenzó a ingresar en una nueva etapa, manifestando nuevos patrones y características. Wu Licai indica: “Desde la ‘Reforma y Apertura’, se han producido transformaciones profundas en la sociedad china. Estas transformaciones se reflejan en el ámbito de la ideología, manifestándose como el desarrollo o la transición de la cultura social contemporánea en China” (Wu, 2008: 376. Traducción propia).

Yu Wujin sostiene que “la cultura contemporánea china se compone de la cultura tradicional china, la cultura del marxismo soviético y la cultura del liberalismo occidental” (Yu, 2007: 6. Traducción propia). Chen Lixu también sostiene puntos de vista similares, ya que considera que antes de entrar en el siglo XXI, en el desarrollo de la cultura, “China había consolidado efectivamente tres grandes tradiciones: la tradición cultural china, la tradición cultural occidental y la tradición marxista cultural asimilada a la china” (Chen, 1999: 120. Traducción propia).

En el marco de esta investigación, según la comprensión de la autora, se abordará la transformación de la cultura china desde finales de la década de 1970 a través de tres aspectos principales: el impacto de la cultura occidental moderna en la cultura tradicional china, el surgimiento de la cultura popular adaptada a la economía de mercado y la identidad cultural y la cultura alternativa en China.

2.1.3. Transformaciones culturales en China desde finales de los 70

a) Transformación de la cultura tradicional de China bajo el impacto de la cultura occidental moderna

La cultura tradicional china se sustenta en los tres pilares del confucianismo, el budismo y el taoísmo, siendo el pensamiento confuciano el elemento predominante en la cultura tradicional china. Debido a que China ha sido durante mucho tiempo una nación con una economía agraria de subsistencia, la familia ha sido la unidad fundamental que sostiene la existencia del país, lo que impulsó la formación del sistema feudal y de parentesco en la sociedad china.

Wan Shiming señala que en “el modo de producción de la economía agraria de subsistencia, el sistema autocrático altamente centralizado y las relaciones de parentesco basadas en el sistema de parentesco, han proporcionado una sólida base socio-política y económica para el surgimiento y desarrollo de la cultura tradicional china, dando lugar a una cultura feudal autocrática centrada en la ética social y la política actual, con un sistema jerárquico como estructura central” (Wan, 2006: 29. Traducción propia). En este contexto, la ética de parentesco basada en la familia se convirtió en la corriente principal de los valores de la cultura tradicional china. “El confucianismo utiliza la racionalidad del sistema de parentesco como base de su teoría de sistemas sociales. El confucianismo enfatiza las ‘relaciones morales (en chino: 人伦)’ y da especial importancia a las relaciones éticas entre gobernantes y

súbditos, padres e hijos, así como la responsabilidad personal hacia la familia y la nación” (Wan, 2006: 31. Traducción propia).

En la historia moderna, el impacto de la cultura occidental en la cultura tradicional china comenzó con la *Primera Guerra del Opio*¹⁵. En 1911, la *Revolución de Xinhai*¹⁶ derrocó un sistema feudal imperial que había perdurado en China durante más de dos mil trescientos años. Sin embargo, la transformación cultural quedó rezagada con respecto a la transformación institucional, y no fue hasta 1919 que el *Movimiento de la Nueva Cultura del 4 de Mayo* llevó a cabo una crítica implacable de las antiguas tradiciones chinas. Posteriormente, el marxismo se desarrolló en China y el Partido Comunista de China, liderado por Mao Zedong, estableció un sistema socialista. En este proceso, el desarrollo cultural de China estuvo estrechamente ligado a la revolución y al sistema socialista.

A partir de 1978, la implementación de la “Reforma y Apertura” dio lugar a un nuevo impacto de la cultura occidental moderna en la cultura tradicional china. En la década de 1980, la “fiebre cultural” mostró una actitud crítica hacia la cultura tradicional china, en general, mostrando una tendencia a elogiar lo occidental y menospreciar lo chino. Wang Hansong señala: “Desde la entrada en una nueva era con la liberación del pensamiento como telón de fondo, las corrientes sociales han mostrado rasgos distintivos de reflexión y crítica en las etapas iniciales de la reforma. En la década de los 80, el núcleo de la ‘fiebre cultural’ fue la reflexión y la crítica culturales (crítica cultural y juicio de valores)” (Wang, 1997: 69. Traducción propia). A partir de la década de 1990, se empezaron a observar características de reconstrucción de la cultura tradicional china, y la actitud hacia la cultura china y occidental comenzó a fusionarse gradualmente, mostrando una tendencia hacia la fusión cultural.

¹⁵ “La primera guerra del Opio o la primera guerra anglo-china fue un conflicto bélico que enfrentó al Reino Unido y al Imperio Chino entre 1839 y 1842.” Enlace de referencia: https://es.wikipedia.org/wiki/Primera_Guerra_del_Opio

¹⁶ “La Revolución de Xinhai o Revolución de Hsinhai (chino: 辛亥革命), también conocida como Revolución china de 1911, fue una revolución que derrocó a la última dinastía imperial de China (la dinastía Qing) y estableció la República de China.” Enlace de referencia: https://es.wikipedia.org/wiki/Revoluci%C3%B3n_de_Xinhai

Por lo tanto, en la contemporaneidad de la creciente globalización, la influencia de la cultura occidental en la cultura china se manifiesta principalmente en la desintegración de valores tradicionales y en la difícil reconstrucción de valores sociales. En el proceso de modernización, especialmente en la urbanización, la orientación de valores en la sociedad china ha evolucionado gradualmente desde la ética de parentesco basada en la familia hacia la búsqueda de la realización de valores individuales. Con el desarrollo socioeconómico, la sociedad china “está abrazando cada vez más el consumismo individual por encima de los valores inquebrantables de la cultura confuciana y su orientación grupal” (Cors, 2015: 512). Los jóvenes, como actores culturales nacidos a partir de la década de los ochenta, han comenzado a participar en los cambios culturales y generacionales.

b) Surgimiento de la cultura popular compatible con el sistema económico de mercado

Desde finales de la década de 1970, otro aspecto de la transformación cultural china ha sido el surgimiento de la cultura popular que se adapta al sistema económico de mercado. Chen Lixu sostiene que el rápido desarrollo de la cultura popular en China desde la “Reforma y Apertura” se debe a varios factores contextuales, como la liberación del pensamiento, la reforma económica y el desarrollo de los medios de comunicación. En sus palabras: “Por un lado, el movimiento de liberación del pensamiento desde finales de la década de 1970 ha proporcionado un espacio relativamente independiente para la supervivencia y el desarrollo de la cultura popular. Por otro lado, la reforma orientada al mercado ha brindado los canales necesarios para la producción, circulación y consumo de la cultura popular, y el desarrollo de la industria moderna ha proporcionado las condiciones necesarias para la producción a gran escala de productos culturales populares. Al mismo tiempo, es fundamental destacar que el rápido desarrollo de los medios de comunicación de masas modernos ha proporcionado el vehículo necesario para el desarrollo y la difusión de la cultura popular” (Chen, 1999: 115. Traducción propia).

Después de enunciar diversas maneras de definir la cultura popular, John Storey concluye que todas las definiciones mencionadas de la cultura popular tienen en común “la insistencia en que, sea lo que sea la cultura popular, se trata definitivamente de una cultura que emergió sólo tras la industrialización y la urbanización” (Storey, 2012: 30). Con el establecimiento de la economía de mercado, el proceso de urbanización en China ha acelerado su paso, lo que ha tenido un impacto en el estilo de vida y la identidad cultural de los individuos en la sociedad. El desarrollo continuo de la producción y el consumo cultural en las grandes ciudades ha impulsado la rápida penetración de la cultura popular en la vida de las personas urbanas y ha influido en las ciudades pequeñas e incluso en las zonas rurales a través de la tecnología de la información moderna y las herramientas mediáticas.

El discurso dominante de la cultura popular china se encontraba en manos de la élite intelectual durante la década de los años ochenta hasta mediados de los años noventa. Con la implementación de reformas sociales, particularmente en el ámbito económico, este discurso gradualmente se desplazó hacia el público en general. Debido a su naturaleza postmoderna y descentralizada, la cultura popular se distingue de la cultura oficial predominante y la cultura de la élite académica, convirtiéndose en una de las formas culturales predominantes en la sociedad china, caracterizada por sus atributos distintivos, que incluyen la comercialización (consumo cultural), el entretenimiento (búsqueda de estímulos sensoriales), la tecnificación (medialidad, replicabilidad, estandarización) y la cotidianización de la vida.

Chen Wei identifica tres características clave de la cultura popular: en primer lugar, “la masificación de la audiencia y la información”, señalando que “la cultura popular es un producto de la sociedad industrial moderna que se produce o reproduce en grandes cantidades gracias a los medios de comunicación modernos”. Su “volumen de información es inmenso, y su audiencia es considerable”. En segundo lugar, destaca “la secularización intensa y el espíritu comercial”, sosteniendo que “en cierto sentido, la cultura popular es un producto necesario del desarrollo de la economía de mercado

en la sociedad industrial moderna, siendo en sí misma una cultura comercial distintiva con un marcado carácter de mercado”. Además, “la cultura popular busca satisfacer las aspiraciones de las masas y, por lo tanto, su contenido se enfoca en los comportamientos, sensaciones y experiencias cotidianas de la audiencia común, proporcionando un estímulo sensorial que orienta a la audiencia hacia la diversión, el entretenimiento y el juego en la vida”. Por último, destaca la “cotidianización y estandarización”, afirmando que “la cultura popular representa una forma especial de narración de la vida diaria de las personas” (Chen, 2018: 32-33. Traducción propia).

En función de las características mencionadas anteriormente, el contenido de la cultura popular presenta una variedad de formas de expresión, tales como la literatura popular, libros de éxito, música popular, series de televisión, películas, publicidad, moda, gastronomía, animación, entre otras, que están estrechamente relacionadas con la vida cotidiana de la población en general. “Especialmente a mediados de la década de 1980 y principios de la década de 1990, una nueva cultura popular informativa ha ocupado rápidamente el espacio de la vida cultural de la población, desde la música popular, el karaoke, la música disco hasta la literatura popular, la subliteratura, las telenovelas estandarizadas y las series de televisión de Hong Kong y Taiwán con tramas similares” (Chen, 1999: 115. Traducción propia). Cabe destacar que, en el contexto de la globalización, la apertura ha introducido la cultura popular de los Estados Unidos, Europa, Japón y Corea del Sur en la China continental en las últimas tres décadas, enriqueciendo así el contenido de la cultura popular china y, al mismo tiempo, planteando nuevos desafíos. En los últimos años, la rápida evolución de la tecnología en China, como Internet, comunicación móvil y *software* informático, ha impulsado la difusión acelerada de la cultura popular y la generación de nuevo contenido, especialmente en la producción, difusión y consumo de la cultura popular dirigida a la juventud, creando así nuevos espacios y posibilidades.

c) Identidad cultural y cultura alternativa en China

Bajo la influencia de la globalización, los valores culturales tradicionales en la China continental se ven afectados en el contexto de la urbanización, y la cultura popular se desarrolla rápidamente. La cultura popular suele ser un reflejo de los valores y la identidad general de la sociedad contemporánea. A través de la cultura popular, se posibilita la reconstrucción de la identidad cultural individual. Este fenómeno contribuye a que las personas superen las limitaciones inherentes a las culturas tradicionales, adoptando perspectivas más diversas y cultivando identidades culturales más inclusivas y abiertas. En este punto, Chen Wei señala:

“Una serie de productos culturales populares con características distintivas de popularización, igualdad y secularización han capturado firmemente el corazón del público en general, estableciendo de manera preliminar la moderna identidad china en la nueva era. La población común ha adquirido una independencia personal, permitiendo que las ideas innovadoras y conceptos de pensamiento individual se formen, dando lugar a una tendencia de desarrollo cultural y social diversificada. El discurso de los productos culturales populares transmite un desprecio hacia la llamada ‘autoridad’ y exhibe una afirmación y satisfacción significativa hacia los aspectos materiales, emocionales y de felicidad. Esto estimula enormemente el despertar interno de la conciencia personal, generando un aumento sin precedentes en la conciencia del sujeto. La población en general experimenta profundamente su posición inherente, y en el espacio cultural público inaugurado por la cultura popular, los individuos pueden interactuar libremente, elegir de manera autónoma, participar activamente y consumir de manera informal. Este fenómeno impulsa la diversidad próspera en el ámbito de la cultura y el pensamiento en China, y objetivamente contribuye a la ampliación de la influencia del discurso de la cultura popular” (Chen, 2018: 34. Traducción propia).

No obstante, como productos y bienes de consumo en la industria cultural y el mercado cultural, la cultura popular se encuentra altamente industrializada, generando una relación tensa con la cultura individual. Impulsada por motivaciones lucrativas, la cultura popular, al adecuarse a estilos de vida populares, aliena el espíritu creativo y crítico de los creadores culturales. Wan Shiming critica señalando:

“La dirección del progreso cultural reside en la creación de una diversidad cultural; sin embargo, la cultura popular no solo orienta las preferencias culturales del público y homogeneiza los estilos estéticos culturales, sino que también comprime implacablemente el espacio de supervivencia de las culturas de diversos estilos, reprimiendo la identidad cultural y propiciando la uniformidad cultural y la simplificación de la condición humana. En este contexto, resulta difícil considerar a la cultura popular como un fenómeno cultural progresista” (Wan, 2006: 25. Traducción propia).

Wan también sostiene que “...la cultura individual tiene la oportunidad de manifestar su capacidad consciente y activa” (Wan, 2006: 25. Traducción propia), lo cual podría conducir a la resolución de las tensiones entre la cultura individual y la cultura popular.

La comprensión de la represión de la individualidad en el contexto de la cultura popular requiere considerar los desafíos que enfrenta el individuo en la construcción de su identidad. La cultura popular suele poner énfasis en los valores y estándares estéticos predominantes, mientras que la singularidad de la identidad individual podría no ajustarse a dichos estándares. Por lo tanto, es posible que el individuo experimente procesos de marginación o exclusión dentro del ámbito de la cultura popular.

Con el fin de abordar el concepto de identidad, esta sección se sumergirá en la discusión desde la óptica de “la identidad del sujeto sociológico”. Stuart Hall resumió este enfoque de la siguiente manera:

“La noción del sujeto sociológico reflejaba la complejidad creciente del mundo moderno y la consciencia de que este núcleo interior del sujeto no era autónomo y autosuficiente, sino que se formaba con relación a los otros cercanos que transmitían al sujeto los valores, significados y símbolos de los mundos que habitaba... Según este punto de vista, que se ha convertido en la concepción sociológica clásica del asunto, la identidad se forma en la interacción entre el yo y la sociedad. El sujeto aún tiene un núcleo interior o esencia que es el ‘verdadero yo’, pero éste se forma o modifica en un diálogo continuo con los mundos culturales ‘de fuera’ y las identidades que estos ofrecen” (Hall, 1992: 275-276).

En este proceso, el individuo gradualmente desarrolla una identidad estable y unificada. Hall explicó:

“La identidad, según esta concepción sociológica, establece un puente sobre la brecha entre lo ‘interior’ y lo ‘exterior’, entre el mundo personal y el público...La identidad, entonces, une (o, para usar una metáfora médica, ‘sutura’) al sujeto y la estructura. Estabiliza tanto a los sujetos como a los mundos culturales que ellos habitan, volviendo más unidos y predecibles a los dos, recíprocamente” (Hall, 1992: 276).

Sin embargo, desde una perspectiva histórica, los sujetos con una identidad estable y unificada se ven afectados por la globalización y las corrientes posmodernas, enfrentando el aumento y la transformación de las representaciones en el sistema cultural. Esto dificulta el establecimiento de conexiones efectivas con un entorno en constante cambio, generando una evolución constante de la identidad. En el contexto posmoderno, el sujeto es “conceptualizado como carente de una identidad fija, esencial o permanente”. Hall indicó: “El sujeto asume diferentes identidades en momentos distintos, identidades que no están unificadas en torno a un ‘yo’ coherente” (Hall, 1992: 277).

Esta parte aborda las repercusiones de la incertidumbre identitaria en los individuos y su influencia en la orientación cultural desde dos perspectivas. En primer lugar, cuando los individuos se enfrentan a una identidad difusa o inestable, podrían experimentar ansiedad de identidad, manifestada como una sensación de inseguridad o confusión acerca de su papel y posición en la sociedad. En segundo lugar, los individuos podrían buscar o aceptar culturas alternativas como una forma de identificación. Estas culturas alternativas proporcionan un marco único que les permite a los individuos redefinir su identidad y encontrar un sentido de pertenencia más sólido y significativo. Por lo tanto, la incertidumbre identitaria podría motivar la exploración y aceptación de culturas alternativas, facilitando así la adopción de orientaciones culturales más alineadas con los valores individuales y las necesidades de identificación en un contexto social complejo.

Esta tesis se centra en la investigación de los modelos alternativos para la producción, distribución y consumo de música independiente en China. Los jóvenes, desempeñando un papel crucial en los procesos mencionados, surgen como protagonistas fundamentales que recorren la totalidad de esta investigación, dado que alcanzan la identificación de su identidad mediante la participación en la música independiente.

Además, desde la perspectiva de la ansiedad de identidad, Liu Bei indica:

“... China se encuentra en un período de transformación sin precedentes, en el cual Internet, impulsado por diversas corrientes de globalización, urbanización y postmodernización, impacta a la población, teniendo un efecto significativo, especialmente en el grupo de jóvenes. Estos individuos crecen en la China que recién se ha abierto a la reforma y maduran en una China sacudida por la economía de mercado, convirtiéndose en sujetos que se desplazan entre dos ‘configuraciones históricas culturales’ radicalmente diferentes.... Al mismo tiempo, debido a la situación particular del país, la

rápida urbanización experimentada por China en solo treinta años dificulta aún más para los individuos establecer conexiones efectivas con un entorno en constante cambio. El rápido avance hacia la modernización provoca que los puntos de referencia de los jóvenes cambien constantemente, generando así una experiencia conflictiva y, consecuentemente, una ansiedad de identidad en lo que respecta a la ‘pertenencia a las clases sociales’ en la sociedad” (Liu, 2017: 14. Traducción propia).

En términos concretos, se puede resumir como la ansiedad de identidad en jóvenes urbanos, abarcando tanto la vida urbana como el sentimiento de nostalgia por el pasado y lugares natales.

En consecuencia, los temas de la música independiente en China se desenvuelven en torno a estos dos aspectos. Asimismo, con el desarrollo económico y mediático, la creación, difusión y consumo de la música independiente exhiben distintas características en diferentes períodos. Estos aspectos serán objeto de un análisis exhaustivo en la sección correspondiente de esta tesis.

2.2. El marco económico: el desarrollo de las industrias culturales en China

La parte anterior exploró el trasfondo de los cambios culturales en la música independiente de China, pero “la transformación en los modos de producción es la causa fundamental de la conmoción y el cambio cultural” (Wang, 1997: 55. Traducción propia). La “Reforma y Apertura” de China, como motor del cambio cultural, se basa principalmente en la economía, estableciendo gradualmente una economía de mercado en la sociedad china. En esta sección, se analizará el desarrollo de las industrias culturales chinas en el contexto de la transformación económica, centrándonos en tres dimensiones: producción, distribución y consumo, ya que estas tres dimensiones tienen un impacto profundo en la creación, difusión y recepción de la música independiente.

2.2.1. El desarrollo de las industrias culturales en China

El desarrollo de las industrias culturales en China puede ser resumido desde los primeros pasos de la “Reforma y Apertura” (1978-1991), pasando por su desarrollo normativo (1992-2001), hasta su rápida expansión (2002-2012) y el posterior florecimiento integral (2013-actual). Durante este período, las industrias culturales chinas han evolucionado desde simples actividades culturales hacia la comercialización, industrialización e internacionalización. El sólido respaldo gubernamental, el impulso del progreso tecnológico y el crecimiento de la demanda del mercado han impulsado conjuntamente el próspero desarrollo de las industrias culturales, dando forma a un sistema moderno de industrias culturales que abarcan diversos campos y niveles, como el cine, la música, la edición, las artes, los juegos y el turismo.

a) Los primeros pasos de la “Reforma y Apertura” (1978-1991)

Las industrias culturales de China iniciaron su exploración hacia la comercialización durante el auge de la “Reforma y Apertura” en 1978. En este período, la reforma del sistema cultural se desplegó gradualmente, y las instituciones culturales comenzaron a buscar modelos de operación comercial. Aunque el mecanismo de mercado aún no estaba completamente desarrollado, y las principales industrias culturales, tales como la publicación, el cine y el teatro, predominaban en formas tradicionales, esta etapa marcó el inicio de la transformación de las industrias culturales chinas de una economía planificada a una economía de mercado. Este fenómeno apareció por primera vez en Guangzhou.

“En 1979, el Hotel Oriental en Guangzhou inauguró los primeros cafés musicales en China y transmitió el primer anuncio comercial extranjero, lo que se consideró el punto de partida para el desarrollo de las industrias culturales en China y tuvo un significado emblemático. En 1980s, aparecieron en gran escala lugares de entretenimiento como salas de baile y

salas de karaoke, las industrias del audio y el video en el continente chino comenzaron a surgir gradualmente, y el mercado cultural comenzó a tomar forma y a mostrar una tendencia de desarrollo próspero” (Huang, 2020: 55. Traducción propia).

Es digno de destacar que, durante este período, aunque el mecanismo de mercado aún no estaba completamente establecido, el gobierno chino comenzó a relajar el control sobre la construcción cultural, alentando los intentos de operación comercial en las instituciones culturales y emitiendo documentos relevantes que aceleraron el proceso de mercantilización de las industrias culturales. Como Fan y Yang señalaron:

“En 1985, en el informe ‘Sobre el establecimiento de estadísticas de la tercera industria (en chino: *关于建立第三产业统计的报告*)’ de la Oficina Nacional de Estadísticas, aprobado por el Consejo de Estado, la cultura y el arte se incluyeron como parte de la tercera industria en las estadísticas de producción nacional, lo que confirmó la naturaleza comercial e industrial de la cultura y el arte. En 1988, el Ministerio de Cultura y la Administración Estatal de Industria y Comercio emitieron conjuntamente el ‘Aviso sobre el fortalecimiento del trabajo de gestión del mercado cultural (en chino: *关于加强文化市场管理工作的通知*)’, que por primera vez en un documento gubernamental utilizó el concepto de ‘mercado cultural’. En 1989, el Consejo de Estado aprobó el establecimiento de la Oficina de Gestión del Mercado Cultural en el Ministerio de Cultura, comenzando a establecer el sistema de gestión del mercado cultural a nivel nacional y el papel del Estado como legislador y ejecutor en las actividades del mercado cultural. En 1991, el Consejo de Estado aprobó y transmitió el ‘Informe del Ministerio de Cultura sobre algunas políticas económicas relacionadas con las industrias culturales (en chino: *文化部关于文化事业若干经济政策意见的报告*)’, formalmente proponiendo las ‘políticas económicas’ culturales” (Fan y Yang, 2018: 30, 31. Traducción propia).

En la etapa inicial, las actividades prácticas de las industrias culturales en China se desarrollaron principalmente de manera autodidacta a nivel popular, y aún enfrentaron numerosas deficiencias, incluyendo: mecanismos de mercado poco desarrollados, falta de experiencia en operaciones de mercado y de modelos de gestión consolidados; infraestructura deficiente y equipos tecnológicos obsoletos, lo que resultó en una baja eficiencia y calidad de producción; demanda de mercado insuficiente, ya que bajo el sistema de economía planificada a largo plazo, las percepciones de consumo cultural de la población no se habían transformado completamente, limitando así la demanda de productos culturales; y la normativa y regulación inadecuada, con leyes y regulaciones relacionadas con las industrias culturales incompletas, insuficiente protección de la propiedad intelectual y un orden de mercado no regulado.

b) El desarrollo normativo (1992-2001)

Con el establecimiento del sistema de economía de mercado socialista en China, las industrias culturales ingresaron en una nueva etapa de desarrollo regulado. El gobierno comenzó a promulgar políticas y regulaciones relacionadas, sentando así las bases para la normalización del mercado cultural y promoviendo un desarrollo ordenado de las industrias culturales. Durante este período, las industrias culturales fueron estandarizándose gradualmente, los mecanismos de mercado se fortalecieron continuamente, y se observó un notable aumento en la diversidad y calidad de los productos culturales. En esta etapa, Internet comenzó a introducirse gradualmente en China, y las primeras actividades culturales en línea, como la literatura en línea y los foros en línea, empezaron a emerger, proporcionando nuevos canales de difusión para las industrias culturales.

A partir de 1992, China incorporó las industrias culturales en el sector terciario y las posicionó como departamentos de producción a nivel político. En 1992, el Comité Central del Partido Comunista de China y el Consejo de Estado emitieron la

“Decisión sobre la aceleración del desarrollo del sector terciario (en chino: 关于加快发展第三产业的决定)”, donde

“formalmente incluyeron las industrias culturales en el sector terciario, posicionando a los departamentos culturales de ser unidades de gasto fiscal a unidades de producción, preparando así el terreno político y estructural para el desarrollo de las industrias culturales” (Fan y Yang, 2018: 31. Traducción propia).

Posteriormente, a través de la planificación estratégica de 1996, se definieron los objetivos de desarrollo de las industrias culturales.

“Para implementar la planificación estratégica de las industrias culturales como un sector terciario emergente, en 1996 China propuso en documentos relacionados las tareas y directrices para el desarrollo de las industrias culturales, destacando la importancia de involucrar a organizaciones sociales, al público y a empresas del mercado para promover conjuntamente el desarrollo de las industrias culturales, estableciendo así la posición práctica de los actores del mercado cultural” (Huang, 2020: 58. Traducción propia).

En 1998, se estableció la Oficina de Industrias Culturales en el Ministerio de Cultura, consolidando un nuevo marco de cooperación entre el gobierno y el sector privado para impulsar el desarrollo de las industrias culturales, con un impacto significativo en la economía nacional.

“Para acelerar el desarrollo de las industrias culturales, en 1998 el Ministerio de Cultura estableció una Oficina de Industrias Culturales, enfocándose en promover el desarrollo económico de las industrias culturales mientras se mantenía el suministro de servicios culturales, estableciendo desde entonces un nuevo patrón de impulso bidireccional por parte del gobierno y la sociedad civil, lo cual tuvo un impacto crucial en el crecimiento económico de China” (Huang, 2020: 58. Traducción propia).

En este período, con la profundización de la reforma del sistema cultural, comenzó a formarse un nuevo patrón de participación en la inversión y construcción de las industrias culturales por parte del capital social, privado y extranjero. Además, el mercado de intermediación cultural surgió y se desarrolló gradualmente. La postura del gobierno chino hacia el desarrollo de las industrias culturales ha pasado de ser pasiva a proactiva, dando lugar gradualmente a una tendencia de desarrollo cultural diversificado bajo su liderazgo centralizado. Después de mediados de los años 90, “las industrias culturales ya habían sido incluidas en las estrategias y planes de desarrollo de algunas ciudades, especialmente en las ciudades centrales” (Chen, 2003: 51. Traducción propia).

c) La rápida expansión (2002-2012)

Al entrar en el siglo XXI, las industrias culturales chinas han experimentado un periodo dorado de rápido desarrollo. Bajo la guía de las políticas pertinentes promulgadas por el gobierno, el avance de las tecnologías de digitalización e informatización ha impulsado significativamente la innovación y la transformación de las industrias culturales, ampliando rápidamente su escala de mercado. Durante este periodo, las emergentes y florecientes industrias culturales digitales han prosperado notablemente, y diversas formas de entretenimiento cultural en línea, como el vídeo en línea, la literatura en red y los deportes electrónicos, se han vuelto cada vez más populares, inyectando nueva vitalidad en las industrias culturales.

En 2002, el XVI Congreso Nacional del Partido Comunista de China tomó la decisión estratégica de profundizar la reforma del sistema cultural. Se planteó el desarrollo activo de iniciativas culturales de bienestar público y de las industrias culturales comerciales, considerando el desarrollo de las industrias culturales como una parte importante de la economía nacional. Esto “marca la tendencia hacia la sistematización y clarificación de la teoría de la reforma del sistema cultural” (Fan y Yang, 2018: 33. Traducción propia).

En 2004, la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China promulgó e implementó oficialmente la primera “Clasificación de Industrias Culturales y Relacionadas” de China, definiendo por primera vez los conceptos, el alcance y el sistema de indicadores estadísticos de las industrias culturales. Con el desarrollo de las industrias culturales, en 2012 se revisó y completó la “Clasificación de Industrias Culturales y Relacionadas (2012)”, definiendo aún más las industrias culturales como el conjunto de actividades de producción que proporcionan productos culturales y productos relacionados con la cultura al público en general, y añadiendo contenidos como la creatividad cultural, las nuevas formas de negocio cultural, los servicios de diseño de *software* y la producción de productos característicos con contenido cultural.

En 2009, el Consejo de Estado emitió el “Plan de Revitalización de las Industrias Culturales (en chino: 文化产业振兴规划)”, en el que se especificaron la posición estratégica y los objetivos de desarrollo de las industrias culturales, y se determinaron las tareas clave para la revitalización de las industrias culturales, que incluyen el desarrollo de industrias culturales clave, la expansión del consumo cultural, la construcción de un sistema moderno de mercado cultural, el desarrollo de nuevos formatos de industrias culturales, entre otros aspectos, en un total de ocho áreas.

En febrero de 2012, el Ministerio de Cultura publicó el “Plan de Duplicación de las Industrias Culturales durante el Duodécimo Plan Quinquenal (en chino: “十二五”时期文化产业倍增计划)”, lo que aceleró aún más el desarrollo de las industrias culturales.

Durante este período, las industrias culturales en China experimentaron un rápido desarrollo, manifestado principalmente en tres aspectos. En primer lugar, el número de entidades de mercado aumentó constantemente.

“Hasta abril de 2013, China contaba con 698 mil unidades jurídicas culturales de diversos tipos, lo que representa un aumento de 237 mil en

comparación con 2008, con un crecimiento homogéneo del 24,7%, mientras que el aumento de 2008 con respecto a 2004 fue del 45%.”

“De todas las entidades jurídicas de las industrias culturales, 607 mil eran unidades operativas de las industrias culturales y 91 mil eran unidades de servicios culturales de bienestar público. El número de entidades jurídicas operativas, como sujetos del mercado de las industrias culturales, aumentó constantemente, representando el 87% del total de entidades jurídicas, incrementándose en 4 y 8 puntos porcentuales en comparación con 2008 y 2004, respectivamente” (División de Finanzas del Ministerio de Cultura de la República Popular China, División de Estadísticas Sociales, Tecnológicas y de Industrias Culturales de la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China, 2013: 54-55. Traducción propia).

En segundo lugar, el tamaño del mercado sigue expandiéndose.

“Según los datos calculados por la Oficina Nacional de Estadísticas de China, en 2011 el valor agregado de las unidades legales de las industrias culturales y relacionadas en China fue de 1,3479 billones de yuanes, lo que representa 4,3 veces el valor de 2004 y 1,9 veces el de 2008. Durante el período 2005-2011, la tasa de crecimiento promedio anual del valor agregado fue superior al 23% en términos de precios corrientes, superando en más de 6 puntos porcentuales la tasa de crecimiento promedio anual del Producto Interno Bruto (PIB). Los datos del valor agregado muestran una tendencia de rápido desarrollo, lo que indica que las industrias culturales en China se han convertido en un nuevo punto de crecimiento para la economía nacional, siendo de gran importancia para impulsar la transformación del modelo de desarrollo económico de China y promover la reestructuración y actualización económica” (División de Finanzas del Ministerio de Cultura de la República Popular China, División de Estadísticas Sociales, Tecnológicas

y de Industrias Culturales de la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China, 2013: 55. Traducción propia).

Finalmente, la proporción del PIB ocupada por las industrias culturales sigue aumentando.

“En 2011, la contribución al PIB del valor agregado de las unidades legales de las industrias culturales en China fue del 2,85%, lo que representa un aumento de 0,9 puntos porcentuales en comparación con el 1,96% de 2004 y un aumento de 0,4 puntos porcentuales respecto al 2,45% de 2008.”

“Según las estimaciones preliminares basadas en el estándar ‘Clasificación de Industrias Culturales y Relacionadas (2012)’, en 2012 la proporción del valor agregado de las unidades legales de las industrias culturales en China con respecto al PIB del mismo período alcanzó el 3,48%, lo que indica un avance hacia la consolidación de las industrias culturales como un sector clave de la economía nacional” (División de Finanzas del Ministerio de Cultura de la República Popular China, División de Estadísticas Sociales, Tecnológicas y de Industrias Culturales de la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China, 2013: 56. Traducción propia).

Además, en este periodo, se ha observado un constante aumento en el nivel de consumo cultural de los residentes urbanos en China. Tanto el gasto cultural per cápita como la proporción del gasto cultural en relación con el gasto total muestran una tendencia creciente año tras año.

En 2012, el gasto per cápita en entretenimiento cultural de los residentes urbanos en China alcanzó los 1.214 yuanes, con un crecimiento anual promedio del 12,7%. Al mismo tiempo, en 2012, la proporción del gasto per cápita en cultura con respecto al gasto total en efectivo alcanzó el 7,3%, en comparación con el 6,6% en 2005, lo que significa un aumento de 0,7 puntos porcentuales. En 2011, el total de gastos culturales de los residentes urbanos en China ascendió a 864,1 mil millones de yuanes, con una

tasa de crecimiento anual promedio del 16,6% (División de Finanzas del Ministerio de Cultura de la República Popular China, División de Estadísticas Sociales, Tecnológicas y de Industrias Culturales de la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China, 2013: 57. Traducción propia).

Durante el período comprendido entre 2002 y 2012, las industrias culturales de China experimentaron un rápido desarrollo, pero al mismo tiempo también mostraron algunas deficiencias. En primer lugar, se observó una grave homogeneización. Con la rápida expansión del mercado de productos culturales, se destacó el problema de la homogeneización, lo que resultó en una falta de características e innovación en los productos y una competencia cada vez más intensa en el mercado. En segundo lugar, hubo una insuficiente protección de los derechos de propiedad intelectual. A pesar de la mejora gradual de las leyes y regulaciones pertinentes, la violación de los derechos de propiedad intelectual sigue siendo común, lo que afecta al desarrollo saludable de las industrias culturales. En tercer lugar, la transformación digital planteó desafíos. Aunque las tecnologías digitales e informáticas se desarrollaron rápidamente, algunas empresas culturales tradicionales enfrentaron grandes desafíos en el proceso de transformación digital debido a su falta de capacidad de adaptación. Por último, la desigualdad en el desarrollo regional también fue un problema destacado. El desarrollo de las industrias culturales en las regiones costeras del este fue más rápido que en las regiones del centro y oeste, lo que provocó una desigualdad en el desarrollo regional. Por lo tanto, a pesar del progreso significativo de las industrias culturales en este período, aún es necesario abordar los problemas mencionados anteriormente para promover su desarrollo sostenible y saludable.

d) El posterior florecimiento integral (2013-actual)

Entra en su segundo decenio del nuevo siglo, las industrias culturales de China han experimentado una prosperidad integral. Durante este período, las industrias culturales han experimentado un rápido crecimiento en términos de escala y alcance,

con un aumento significativo en la producción y consumo de productos y servicios culturales. Las formas de expresión cultural y los modelos comerciales se han diversificado cada vez más, con la aparición y expansión rápida de nuevos campos como los medios digitales, el entretenimiento en línea y las industrias creativas.

La integración de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, la realidad virtual y la realidad aumentada ha impulsado la transformación y modernización de las industrias culturales, mejorando la creación, distribución y consumo de productos culturales. El gobierno chino ha implementado diversas políticas y estrategias para apoyar y fomentar el desarrollo de las industrias culturales, alentando la inversión en infraestructuras culturales y estableciendo un marco regulatorio favorable. Al mismo tiempo, los mercados culturales chinos se han expandido tanto a nivel nacional como internacional, fortaleciendo la presencia global de la cultura china a través del aumento de las exportaciones de productos culturales y la cooperación cultural con otros países. Con el aumento del nivel de vida y la urbanización, ha habido un aumento en el consumo cultural per cápita, con una demanda significativamente mayor de entretenimiento, arte, literatura y actividades recreativas. Las nuevas formas culturales como los deportes electrónicos, la cultura de los fanáticos y las plataformas de *streaming* han surgido y se han desarrollado, atrayendo la atención de un público más joven. Además, se han incrementado las iniciativas de educación y formación en el ámbito cultural, mejorando la calidad del talento en la industria y promoviendo la innovación y la creatividad.

En resumen, durante el período comprendido desde 2013 hasta la actualidad, las industrias culturales de China han experimentado una transformación significativa y un crecimiento sustancial, consolidando su posición como un campo importante para el desarrollo económico y social del país.

“Según las estadísticas, en 2018 el valor agregado de las industrias culturales y afines a nivel nacional fue de 3,8737 billones de yuanes, lo que representa

un crecimiento nominal de 0,77 veces en comparación con 2013. Durante este período, la tasa de crecimiento nominal promedio anual fue del 12,1%, superando en 2,9 puntos porcentuales la tasa de crecimiento nominal promedio anual del PIB de China (9,2%). La proporción de las industrias culturales y afines en el PIB de China también aumentó del 3,69% en 2013 al 4,21% en 2018, incrementándose en 0,52 puntos porcentuales en cinco años” (Shi, 2020: 18, 19. Traducción propia).

Durante el período de 2013 a la actualidad, aunque las industrias culturales de China lograron avances, pero aún enfrentan desafíos significativos en áreas como la protección de los derechos de autor, la innovación de contenidos, la optimización de las estructuras industriales y la promoción de la internacionalización, con el objetivo de alcanzar un desarrollo más saludable, equilibrado y sostenible.

En primer lugar, persistieron graves problemas de protección de los derechos de autor que continuaron obstaculizando el desarrollo saludable de estas industrias, con una amplia prevalencia de la piratería y las violaciones que limitaron la capacidad de crear e innovar en contenidos de alta calidad. En segundo lugar, a pesar de la aparente prosperidad general de las industrias culturales, seguía siendo escasa la disponibilidad de productos culturales de alta calidad y competitivos a nivel internacional, y se necesitaba mejorar aún más la capacidad de innovación original. Además, la estructura industrial desequilibrada fue otro problema destacado, con ciertos sectores experimentando un crecimiento excesivamente rápido mientras que los nuevos formatos emergentes carecían de una gestión regulada adecuada, lo que generó desequilibrios estructurales y riesgos de burbuja. Por último, aunque la influencia cultural de China a nivel internacional se fortaleció, el proceso de internacionalización aún se rezagaba en comparación con los países desarrollados, con una insuficiente amplitud y profundidad en la proyección cultural, lo que requiere un fortalecimiento de estrategias y capacidades internacionales.

A lo largo de las últimas décadas, las industrias culturales de China han experimentado un desarrollo notable, marcado por distintas fases que reflejan la evolución de su contexto político, económico y social. Los primeros pasos de la “Reforma y Apertura” (1978-1991) sentaron las bases para la modernización y apertura del sector cultural, fomentando un entorno más flexible y receptivo a nuevas ideas y prácticas. El período de desarrollo normativo (1992-2001) se caracterizó por la implementación de políticas y regulaciones más estructuradas, que promovieron una mayor profesionalización y organización de las industrias culturales.

Entre 2002 y 2012, las industrias culturales de China vivieron una rápida expansión, impulsada por un crecimiento económico sin precedentes y el auge de nuevas tecnologías de la información. Este período vio un incremento significativo en la producción y consumo de productos culturales, así como una mayor diversificación del mercado.

El período de florecimiento integral (2013-actual) marcó una etapa de consolidación y maduración del sector, con un enfoque en la mejora de la calidad y la competitividad internacional. Sin embargo, a pesar de estos avances, las industrias culturales enfrentaron desafíos importantes, como problemas persistentes de protección de derechos de autor, una innovación insuficiente en contenidos, una estructura industrial desequilibrada y un proceso de internacionalización rezagado en comparación con los países desarrollados.

En resumen, el desarrollo de las industrias culturales en China ha sido significativo, apoyado por políticas gubernamentales estratégicas y una creciente demanda interna. No obstante, para lograr un desarrollo sostenible y equilibrado en el futuro, es crucial abordar las deficiencias existentes mediante la mejora de la protección de derechos de autor, el fomento de la innovación, la optimización de la estructura industrial y la intensificación de los esfuerzos de internacionalización.

2.2.2. El desarrollo de la industria musical en China

A partir de la sección anterior, se puede observar que desde 1978 las industrias culturales en China han experimentado una oportunidad de desarrollo próspero. Entre estas, la industria musical, como una parte integral de las industrias culturales, ha desempeñado un papel importante. Durante este período, la industria musical china ha pasado de la inexistencia a la madurez. Cada etapa presenta características únicas en términos de producción, distribución y consumo, lo cual no solo refleja los cambios económicos y sociales, sino también el avance tecnológico y la evolución de la demanda cultural.

A continuación, se analizará en detalle el desempeño específico de la industria musical china en diferentes períodos históricos desde 1978, con un enfoque en los aspectos de producción, distribución y consumo. En concreto, se divide el desarrollo de la industria musical china en los siguientes tres períodos: 1978-1995, 1995-2010 y después de 2010.

a) El desarrollo inicial de la industria musical en China (1978-1995)

Entre 1978 y 1995, la industria musical en China se encontraba en una fase de desarrollo inicial. En cuanto a la producción, antes de los años 90, se dependía predominantemente de la tecnología de grabación analógica. A principios de la década de 1990, la industria discográfica en China entró en la era del CD. La música popular estaba en sus primeros pasos, siendo en gran medida controlada por entidades estatales. La distribución se llevaba a cabo principalmente a través de soportes físicos, como casetes, discos de vinilo y CDs, con las compañías discográficas estatales ejerciendo un monopolio sobre el mercado. Los oyentes accedían a la música principalmente a través de la radio y la televisión estatal. En la década de 1980, comenzaron a surgir salas de karaoke y salas de baile, así como actuaciones comerciales como conciertos de *pop* y *rock*. Sin embargo, el consumo de música estaba limitado a un grupo reducido, concentrado principalmente en áreas urbanas.

“El 23 de diciembre de 1982, el Consejo de Estado aprobó y promulgó las ‘Regulaciones Provisionales para la Gestión de Productos de Audio y Video (en chino: 录音录像制品管理暂行规定)’. Antes de la entrada en vigor de estas regulaciones, solo existían dos entidades editoriales de audio y video en todo el país: la Corporación de Grabaciones de China¹⁷ y la Pacific Audio y Video S.A.¹⁸. Tras la implementación de dichas regulaciones, las provincias, regiones autónomas, municipios bajo jurisdicción central y departamentos centrales de China establecieron editoriales (compañías) de audio y video. Para 1999, el número de entidades editoriales de audio y video en todo el país superaba las 300” (Zhao y Wang, 2022: 52. Traducción propia).

En 1991, China implementó oficialmente la Ley de Derechos de Autor, marcando un avance significativo en la protección de la propiedad intelectual en el país. Esta legislación proporcionó una protección legal a los creadores de obras literarias, artísticas y científicas, estableciendo la titularidad de los derechos de autor, el alcance de estos derechos y las medidas de protección correspondientes. En el ámbito de la música, la implementación de la Ley de Derechos de Autor facilitó la protección de los derechos de los creadores y productores musicales, y promovió la distribución y difusión legal de las obras musicales. Sin embargo, en las etapas iniciales de la implementación, la conciencia pública sobre los derechos de autor aún era limitada, y la piratería era un problema prevalente. Por lo tanto, aunque la Ley de Derechos de

¹⁷ En chino: 中国唱片总公司. “El Grupo de Grabaciones de China S.A. (anteriormente Corporación de Grabaciones de China) es el grupo editorial audiovisual más antiguo y grande de China continental. Sus orígenes se remontan a 1917, cuando se fundó la Gran Compañía de Discos de China. En 1950, se renombró como Fábrica de Discos del Pueblo. En 1958, se estableció la Compañía de Discos de China. En 1982, la Compañía de Discos de China se fusionó con la Fábrica de Discos de China y la Compañía de Distribución de Discos de China, formando así la Corporación de Grabaciones de China. En 2017, tras completar su reforma corporativa, adoptó el nombre de Grupo de Grabaciones de China S.A.” Enlace de referencia: <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%94%B1%E7%89%87%E9%9B%86%E5%9B%A2>

¹⁸ En chino: 太平洋影音公司. “La Pacific Audio y Video S.A. fue establecida el 3 de enero de 1979 con la inversión de la Oficina de Radiodifusión, Cine y Televisión de la Provincia de Guangdong, actualmente bajo la supervisión de la Televisión de Guangdong.” Enlace de referencia: <https://baike.baidu.com/item/%E5%A4%AA%E5%B9%B3%E6%B4%8B%E5%BD%B1%E9%9F%B3%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8/58696589>

Autor estableció una base legal para el desarrollo de la industria musical, la ejecución efectiva de la ley, la lucha contra la piratería y la mejora de la conciencia social sobre los derechos de autor siguieron siendo desafíos importantes en los años siguientes.

b) Piratería desenfrenada y transición digital (1995-2010)

Entre 1995 y 2010, la industria musical en China experimentó un período crucial de reforma de mercado y transición digital.

En los años 90, la tecnología de grabación digital se fue extendiendo progresivamente, facilitando el rápido desarrollo de la música pop, con una notable popularidad de la música de Hong Kong y Taiwán. En este proceso, la producción musical comenzó a liberarse de las limitaciones del modelo económico estatal, y las empresas privadas de música comenzaron a surgir gradualmente, convirtiéndose en la fuerza dominante en el campo de la producción musical. Durante este tiempo, emergieron músicos independientes. Sin embargo, la proliferación de cintas y discos compactos piratas tuvo un impacto significativo en el mercado legal de música legítima. A pesar de los esfuerzos de las compañías discográficas por diversificar los canales de distribución, el mercado siguió contrayéndose.

Al entrar en el siglo XXI, con el avance de Internet, surgieron plataformas de música en línea, y los oyentes comenzaron a descargar y escuchar música a través de la red. La música en línea ha superado las limitaciones de los medios físicos de difusión, lo que ha llevado al declive gradual del mercado de cintas y CDs y a la popularización de dispositivos de reproducción como el MP3. Al mismo tiempo, en el ámbito de las actuaciones en vivo, además de los conciertos, han surgido festivales de música y programas de talentos, promoviendo así el desarrollo del mercado musical. La música pop ha alcanzado una posición dominante en el mercado, mientras que otros estilos musicales han sido desplazados, optando por caminos *underground* e independientes. La piratería sigue siendo un problema importante que obstaculiza el desarrollo saludable de la industria musical.

Durante este período, con el objetivo de combatir la piratería, se realizó la primera enmienda a la Ley de Derechos de Autor en 2001, para resolver las discrepancias entre esta ley y ciertos aspectos de los convenios internacionales de derechos de autor vigentes. A nivel de reglamentación administrativa, en 2006 el Consejo de Estado formuló y aprobó el “Reglamento sobre la Protección del Derecho de Comunicación al Público a través de Redes de Información (en chino: 信息网络传播权保护条例)”, con el fin de proteger los derechos de difusión de los autores, intérpretes y productores de grabaciones sonoras y audiovisuales en las redes de información.

c) Integración de medios y desarrollo diversificado (Después de 2010)

Después de 2010, la industria musical en China experimentó un proceso de digitalización integral y diversificación. La producción musical alcanzó estándares internacionales, con un notable aumento en la aparición de estudios de grabación de alta gama y equipos de producción profesional. Los estilos musicales se diversificaron considerablemente, y las colaboraciones interdisciplinarias se volvieron frecuentes. En el ámbito de la distribución, la música se difundió a través de múltiples canales, incluyendo plataformas digitales, servicios de *streaming*, redes sociales y plataformas de videos cortos, con un fortalecimiento de la protección de derechos de autor y un aumento significativo en la legalización de contenidos. En cuanto al consumo, los oyentes accedieron a la música a través de diversas plataformas y formatos, con recomendaciones personalizadas e interactividad que mejoraron la experiencia del usuario.

A partir de 2014, se publica anualmente el “Informe sobre el desarrollo de la industria musical en China”, el cual documenta el crecimiento sostenido de este sector. Entre 2013 y 2019, el tamaño total del mercado de la industria musical en China experimentó un crecimiento continuo, pasando de 271,656 mil millones de yuanes en 2013 a 395,096 mil millones de yuanes en 2019, lo que evidencia la creciente importancia de la industria musical en el contexto del sector cultural chino. La

pandemia en 2020 tuvo un impacto notable en el tamaño total del mercado de la industria musical en China. Durante el auge de la pandemia, se redujo a 348,942 mil millones de yuanes, mostrando una contracción evidente. A partir de 2021, el mercado comenzó a recuperarse, llegando a 469,562 mil millones de yuanes en 2023, superando los niveles previos a la pandemia (véase la Tabla 2-1).

Tabla 2- 1 Escala del mercado de la industria musical en China y tamaño de los principales sectores (2013-2023)¹⁹

Año	Tamaño total del mercado de la industria musical (mil millones de RMB)	Tamaño del mercado de discos físicos (mil millones de RMB)	Tamaño del mercado de actuaciones musicales (mil millones de RMB)	Ingresos por gestión y administración de derechos musicales (mil millones de RMB)	Tamaño del mercado de música digital (mil millones de RMB)
2013	271,656	0,65	14	0,254	44,07
2014	285,15	0,615	14,3	0,276	49,12
2015	301,819	0,559	15	0,325	49,818
2016	325,322	-	16	0,367	52,926
2017	347,094	-	17,685	0,404	58,06
2018	374,785	-	18,221	0,546	61,242
2019	395,096	-	20,041	0,695	66,4
2020	348,942	-	8	0,652	71,7
2021	378,756	-	11,76	0,823	79,068
2022	423,996	-	11,883	0,872	85,172
2023	469,562	-	26,419	1,013	89,345

Los principales sectores presentados en la Tabla 2-1, como la música digital, las actuaciones musicales, los discos físicos y la gestión de derechos de autor, representan las áreas clave dentro del núcleo de la industria musical en China. El desempeño del mercado en estos sectores, especialmente la rápida expansión del mercado de la música digital, que creció de 44,07 mil millones de yuanes en 2013 a 89,345 mil millones de yuanes en 2023, se ha convertido en el principal motor de

¹⁹ Los datos en la tabla provienen de los *Informes sobre el desarrollo de la industria musical en China* publicados entre 2014 y 2024.

desarrollo de la industria en su conjunto. El mercado de discos físicos dejó de incluirse en las estadísticas después de 2015, lo que refleja su progresiva sustitución por la música digital. Asimismo, el mercado de actuaciones musicales mostró un crecimiento sostenido desde 2013 hasta 2019, pasando de 14 mil millones de yuanes en 2013 a 20,041 mil millones de yuanes en 2019, lo que pone de manifiesto la expansión constante de este sector. Sin embargo, durante la pandemia, el mercado de actuaciones musicales sufrió una caída grave y no se ha recuperado hasta el año 2023 que ha alcanzado el pico más alto de los últimos diez años, con 26,419 mil millones de yuanes. El notable crecimiento en la gestión de derechos de autor subraya también la creciente relevancia de la protección de los derechos en la industria musical.

El año 2015 fue un punto de inflexión significativo para la industria musical en China, marcado por la implementación de políticas clave a nivel nacional. La Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión emitió el documento “Opiniones sobre la promoción del desarrollo de la industria musical en China (en chino: 关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见)”, que por primera vez estableció una planificación a mediano y largo plazo para el desarrollo del sector musical desde una perspectiva gubernamental. Además, la Oficina Nacional de Derechos de Autor publicó varios documentos importantes, incluyendo la “Notificación sobre la orden de cese para los proveedores de servicios de música en línea que distribuyen obras musicales sin autorización (en chino: 关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知)”. Estas medidas han contribuido a una mejora continua del entorno de derechos de autor musical en China desde 2015.

Además, según el *Informe sobre el desarrollo de la industria musical en China 2016*, a partir de 2015, se ha comenzado a formar un ecosistema integrado en torno al contenido musical. Este ecosistema incluye modelos como la economía de *fans* basada en la combinación de música en vivo y la *economía de estrellas*, el desarrollo cultural que fusiona música y turismo, la transmisión en vivo de actuaciones en línea bajo el modelo de “música + internet”, la actualización de la industria de producción

musical en el contexto de “música + tecnología”, y la adaptación cinematográfica de IP musicales en el modelo de “música + cine”²⁰.

Durante este período, el mercado de consumo musical experimentó una transición significativa desde una dominancia de productos físicos tradicionales hacia un enfoque centrado en la música digital y los servicios musicales. A través de los *Informes sobre el desarrollo de la industria musical en China* publicados entre 2014 y 2024, también se puede ver que la cantidad de usuarios de música digital creció de 453 millones en 2013 a 726 millones en 2023. Según el *Informe sobre el desarrollo de la industria musical en China 2017*, en 2016, el número de usuarios que pagaban por música digital en China creció de forma significativa. En comparación con 2012, esta cifra aumentó un 113%. De acuerdo con el *Informe sobre la Industria de la Música Digital en China (2022)*, las suscripciones de pago se han consolidado como uno de los principales modelos de consumo de música digital en el país. En 2022, la tasa general de usuarios que pagan por este servicio alcanzó aproximadamente el 13,9%, aunque sigue siendo relativamente baja en comparación con los mercados desarrollados. Además, el número de espectadores en eventos musicales continuó creciendo, con una tendencia hacia la juventud en la estructura del consumo. Los conciertos y festivales musicales se han consolidado como importantes áreas de consumo, impulsados por los avances tecnológicos y la integración interdisciplinaria, lo que fomenta la innovación continua en las formas de experiencia en el mercado de eventos musicales.

En resumen, la industria musical en China ha experimentado una evolución significativa desde la apertura económica, pasando de un desarrollo inicial a una transformación multifacética con la integración de medios digitales. Este recorrido histórico puede analizarse en tres aspectos clave: producción, distribución y consumo.

²⁰ Se puede consultar los detalles a través del artículo “音乐跨界融合成产业发展新气象” (traducción al español: *La fusión interdisciplinaria de la música se convierte en una nueva tendencia en el desarrollo de la industria*), publicado en Guangmingwang, escrito por 鲁柏林, el 17 de noviembre de 2016. Enlace: https://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2016-11/17/nw.D110000gmrb_20161117_1-09.htm

En cuanto a la producción, entre 1978 y 1995, la industria musical china se encontraba en una fase inicial, dependiente principalmente de la tecnología de grabación analógica, con las entidades estatales dominando la creación musical. Desde 1995 hasta 2010, con la difusión de la tecnología de grabación digital y el auge de Internet, la producción musical se diversificó y se orientó hacia un mercado más competitivo, con el surgimiento de empresas privadas y músicos independientes. Sin embargo, la piratería tuvo un impacto negativo en el desarrollo sostenible de la industria. Después de 2010, con el avance de la integración de medios, la producción musical alcanzó estándares internacionales, con la proliferación de estudios de grabación de alta gama y equipos de producción profesional, así como un aumento significativo en la diversidad de estilos musicales y las colaboraciones interdisciplinarias.

En cuanto a la distribución, en las primeras etapas, la música se distribuía principalmente a través de medios físicos, como casetes y discos de vinilo, con las compañías discográficas estatales monopolizando el mercado. A medida que Internet se popularizó entre 1995 y 2010, la distribución de música se trasladó de los medios físicos a las plataformas en línea, con los servicios de música digital y *streaming* comenzando a reemplazar el mercado tradicional de discos. Después de 2010, los canales de distribución se diversificaron aún más, con la música distribuyéndose a través de plataformas digitales, servicios de *streaming*, redes sociales y plataformas de video corto, lo que resultó en un aumento significativo de la tasa de legalización y en un fortalecimiento de la protección de los derechos de autor.

En cuanto al consumo, entre 1978 y 1995, el consumo musical era relativamente limitado, concentrado principalmente en áreas urbanas y con formas de consumo bastante uniformes. Entre 1995 y 2010, con el auge de las plataformas de música en línea, los oyentes comenzaron a descargar y escuchar música en línea, cambiando gradualmente de un consumo offline a uno online. Después de 2010, el mercado de consumo de música experimentó una transición desde productos físicos tradicionales

hacia una industria de servicios modernos centrada en la música digital y los servicios musicales. El número de usuarios de música digital creció significativamente, el modelo de pago fue progresivamente aceptado y promovido, y el mercado de espectáculos musicales innovó constantemente, impulsado por avances tecnológicos y la integración de diversos sectores. La audiencia joven se consolidó como el grupo principal de consumidores, y los conciertos y festivales de música se convirtieron en áreas clave de consumo.

A pesar del desarrollo continuo de la industria musical en China, los problemas relacionados con los derechos de autor han limitado durante mucho tiempo el florecimiento de la creación musical. Sin embargo, con la mejora gradual del entorno de protección de los derechos de autor en los últimos años, la diversidad y la innovación en la creación musical han experimentado un notable impulso. Cada vez más músicos participan activamente en la composición y publicación de sus obras. En este contexto, la música independiente ha alcanzado un desarrollo sin precedentes, convirtiéndose en una fuerza significativa dentro de la industria musical. La popularización de las plataformas de música digital ha brindado un espacio amplio para la exhibición y difusión de la música independiente, permitiendo que los artistas lleguen de manera directa a un público amplio, lo que ha acelerado la expansión de su influencia. Además, la conveniencia y la interactividad de la música digital han promovido una mayor diversidad en los estilos, formatos y públicos de la música independiente.

2.3. Los cambios mediáticos en China continental que afectan a la música independiente

2.3.1. El contexto histórico de los medios en China

Desde 1949, los medios de comunicación en China han atravesado importantes transformaciones y desarrollos. Entre 1949 y el inicio de la “Reforma y Apertura”, los

medios estuvieron principalmente bajo el control estatal, desempeñando un papel clave en la propaganda política y el control social. Durante este período, medios tradicionales como la prensa, la radio y la televisión experimentaron un rápido crecimiento, convirtiéndose en un vínculo esencial para la transmisión de información entre el Estado y la sociedad.

Con el avance de la “Reforma y Apertura” a partir de 1978, los medios en China comenzaron a mercantilizarse y diversificarse gradualmente, marcando el comienzo de una nueva etapa en la evolución de la industria mediática. En el siglo XXI, la expansión de Internet y las tecnologías digitales aceleró la transición hacia la digitalización de los medios, y la influencia de los medios tradicionales fue progresivamente superada por los nuevos medios emergentes. Las redes sociales, las plataformas de *streaming* y las aplicaciones de videos cortos se consolidaron rápidamente como vías principales para el acceso a información y entretenimiento.

En esta sección, se explorará el contexto histórico de los medios de comunicación en China, analizando su evolución desde el monopolio estatal hasta las reformas orientadas al mercado, así como el proceso de modernización de la industria mediática en el marco de la digitalización. Este recorrido histórico proporcionará una base para comprender el entorno mediático actual en China y su influencia en el desarrollo de la música independiente.

a) La evolución de los medios tradicionales en China: prensa, radio y televisión

Entre 1949 y 1956, China estableció una red de medios de comunicación de propiedad pública, con los periódicos convirtiéndose en la herramienta de difusión de noticias más extendida e importante. Según los datos disponibles,

“para octubre de 1954, había un total de 248 periódicos en el país, todos de propiedad pública. Estos se distribuían en 68 periódicos generales, 55 dirigidos a trabajadores, 84 a agricultores, 16 a jóvenes, 20 en lenguas

minoritarias, 2 en lenguas extranjeras y 3 especializados” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 332. Traducción propia).

En el ámbito de la radiodifusión, se estableció una red nacional de radios de propiedad pública que se extendía desde el centro hasta las regiones locales, con la Radio Nacional del Pueblo de China como núcleo central. Simultáneamente, se crearon estaciones de radio locales con el objetivo de difundir noticias, transmitir órdenes gubernamentales, y proporcionar educación social y entretenimiento cultural.

El 1 de mayo de 1958, la Televisión de Beijing, precursora de la Televisión Central de China (CCTV), inició sus emisiones de prueba, lo que marcó el inicio de la televisión en China. Los noticiarios y documentales constituían las principales formas de reportaje.

“Entre los programas especializados, predominaban aquellos de carácter educativo y social, mientras que los programas de divulgación científica se enfocaban principalmente en temas de ciencia y medicina. (...) En el ámbito cultural, además de las películas, los programas de ópera y teatro eran los que más captaban la atención de la audiencia en esa época” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 379. Traducción propia).

En 1956, Mao Zedong introdujo la política de la “Campaña de las Cien Flores”²¹, lo que condujo a reformas en el sector de los medios de comunicación. En abril de ese año, El Diario del Pueblo se sometió a una revisión editorial, ampliando su cobertura temática para incluir una gama más amplia de noticias sociales, acercándose más a la vida cotidiana de los lectores. Además, tras la Cuarta Conferencia Nacional de Radiodifusión celebrada en julio y agosto de 1956, se implementaron reformas extensas en la radiodifusión, incluyendo la mejora de programas en áreas como la cultura, el conocimiento y los grupos sociales para satisfacer la diversidad de intereses de los oyentes. Sin embargo, estas reformas no duraron mucho tiempo.

²¹ Véase la nota al pie número 3.

“A partir de 1957, durante la campaña contra los derechos, y hasta el verano de 1966, los periódicos chinos se consolidaron bajo el dominio exclusivo de los periódicos del partido (PPCh)” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 372. Traducción propia).

Durante este período,

“los programas de noticias seguían siendo la parte predominante de la programación de las estaciones de radio. La cobertura de noticias internacionales se fortaleció, mientras que el peso de los programas educativos, culturales y de servicio, como los anuncios de programas, la hora exacta y los pronósticos meteorológicos, se mantuvo” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 380. Traducción propia).

Durante la “Revolución Cultural” desde 1966 hasta 1976, “el sector de las noticias en China se convirtió en una herramienta de propaganda para impulsar y desarrollar la ‘Revolución Cultural’.... La visión de que ‘las noticias deben servir a la política’ se convirtió en la perspectiva dominante en el ámbito periodístico”, y “el número de periódicos oficialmente publicados se redujo significativamente” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 403. Traducción propia). En términos de contenido cultural, por un lado,

“durante un largo período, las estaciones de radio locales solo podían retransmitir repetidamente ‘ocho óperas modelo’²², excluyendo la cultura excelente de todos los tiempos y lugares” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 408. Traducción propia).

Por otro lado,

“en la década de 1960, numerosas estaciones de radio y televisión en diversas regiones de China establecieron grupos artísticos especializados,

²² El término completo es “óperas modelo revolucionarias”. Se refiere a un grupo de obras teatrales que fueron establecidas durante la “Revolución Cultural”, reflejan principalmente las posiciones políticas extremas de izquierda en ese período.

dedicados a la creación y representación de contenido adaptado a las características artísticas de la radiodifusión y la televisión, lo que enriqueció significativamente la programación cultural de estos medios. Sin embargo, con el inicio de la ‘Revolución Cultural’, estos grupos artísticos fueron disueltos, lo que llevó a una mayor monotonía y rigidez en la programación cultural televisiva” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 409. Traducción propia).

Después de la “Revolución Cultural”, el sector de la comunicación en China entró en una nueva fase de desarrollo.

“Las funciones de los medios de comunicación, tales como la difusión de noticias, la orientación de la opinión pública, la crítica, la comunicación de información, la transmisión de conocimientos, la provisión de entretenimiento y la publicación de anuncios, se fortalecieron, y se reconoció la multifuncionalidad de la actividad periodística. En 1978, el Ministerio de Finanzas aprobó el informe sobre la gestión empresarial de ocho unidades de medios de comunicación, incluido el Diario del Pueblo. En 1987, la Comisión Estatal de Ciencia y Tecnología incluyó por primera vez la ‘industria de la información periodística’ y la ‘industria de la radiodifusión y la televisión’ en el marco de la ‘industria de la comercialización de la información en China’, lo que marcó el reconocimiento estatal de la naturaleza industrial de los medios de comunicación” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 426. Traducción propia).

Con la introducción de conceptos occidentales de comunicación, el campo de la comunicación en China experimentó cambios significativos. Los investigadores comenzaron a utilizar términos como “medios de comunicación”, “medios de difusión” y “medios de comunicación de masas” para referirse a las instituciones periodísticas, y el concepto de “audiencia” fue progresivamente adoptado por los

profesionales del periodismo. Esta transformación reflejó un cambio en los modos de comunicación, pasando de un modelo tradicional de transmisión unidireccional de información a un modelo de interacción bidireccional centrado en las necesidades de la audiencia.

En este contexto, la competencia entre los distintos medios se intensificó, especialmente en lo que respecta a la provisión de recursos informativos orientados al servicio y al entretenimiento. Los periódicos vespertinos, económicos y urbanos experimentaron un rápido desarrollo durante este período.

“Desde mediados de la década de 1990, surgieron en gran número los periódicos urbanos, similares a los periódicos vespertinos y dirigidos al público urbano. Además, varios programas no informativos de las emisoras de radio y televisión, como los programas culturales, científicos, de tránsito e incluso de entretenimiento, comenzaron a ofrecer una gran cantidad de noticias blandas. En la vida urbana, los periódicos, revistas y otros medios se convirtieron en herramientas indispensables de información para los ciudadanos, y las noticias blandas y la publicidad se transformaron en guías esenciales para la vida diaria” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 433. Traducción propia).

A medida que la industria periodística se desarrollaba, la relación entre los periódicos y sus lectores también cambió, pasando de un mercado centrado en la oferta a uno centrado en la demanda.

Hasta mediados de la década de 1980, la radio había sido el medio de comunicación de masas con mayor audiencia en China. Sin embargo, con el tiempo, la audiencia de la radio comenzó a segmentarse, y los contenidos de los programas se volvieron cada vez más especializados.

“Entre marzo y abril de 1983, el Ministerio de Radiodifusión y Televisión celebró la undécima conferencia nacional sobre radiodifusión y televisión,

en la que se propuso utilizar la reforma de los programas informativos como punto de partida para impulsar la reforma de los programas educativos, artísticos y de servicios” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 471. Traducción propia).

Posteriormente, la Radio Central del Pueblo lanzó, el 1 de enero de 1987, el programa de variedades *Esta Noche a las 8:30*, que abordaba diversos temas como música, arte, fragmentos de películas y conocimientos humanísticos. Y “surgieron diversos canales especializados, como emisoras de música, de tránsito, de conversación y de información. La radio necesitaba adaptar sus programas a las diferentes edades del público” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 477. Traducción propia).

Además, “el 6 de diciembre de 2001, se inauguró formalmente el Grupo de Radiodifusión, Cine y Televisión de China, lo que proporcionó a la radio china una plataforma importante... La radio podía combinarse con el cine, la televisión, las revistas, Internet, eventos de entretenimiento y otros medios de comunicación para lograr una transmisión eficiente de programas de radio y la comercialización de productos radiofónicos” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 477. Traducción propia).

Este desarrollo marcó una transformación crucial de la radio en la era de la convergencia mediática, ampliando los canales de difusión y ofreciendo nuevas posibilidades para la diversificación y comercialización de los contenidos radiofónicos.

Después de 1985, la televisión superó gradualmente a la radio, convirtiéndose en el medio con mayor audiencia en China. A principios del siglo XXI, el número total de espectadores de televisión en China había alcanzado los 1.100 millones. Con la diversificación de las demandas del público, los recursos de los canales de televisión se enriquecieron gradualmente,

“pudiendo ofrecer más canales para una cobertura informativa más específica, y apareciendo cada vez más canales económicos, artísticos,

cinematográficos, entre otros” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 482. Traducción propia).

Al mismo tiempo, el proceso de mercantilización y comercialización de los programas televisivos se aceleró. Con la profundización de las reformas económicas, las estaciones de televisión comenzaron a autofinanciarse a través de la introducción de publicidad comercial y patrocinios. La producción de programas televisivos se orientó progresivamente hacia el mercado, y el índice de audiencia se convirtió en un indicador clave del éxito o fracaso de un programa, lo que llevó a las estaciones de televisión a innovar continuamente en los contenidos de sus programas para atraer a más espectadores.

b) La digitalización y los medios modernos

A finales del siglo XX, la industria de los medios de comunicación en China experimentó transformaciones sin precedentes. Con la creciente popularización de internet, los medios tradicionales comenzaron a explorar activamente la transición hacia la digitalización, pasando gradualmente de formatos impresos, de radiodifusión y de televisión a plataformas en línea. Este proceso se aceleró aún más después del año 2000, lo que resultó en cambios profundos en los modos de producción y difusión de contenidos mediáticos.

Al mismo tiempo, los nuevos medios digitales comenzaron a adquirir relevancia.

“Los portales web representados por Sina, Sohu y NetEase, junto con los blogs, comunidades y foros BBS, entre otros medios emergentes, comenzaron a destacar, transformando la forma tradicional de las audiencias en la industria mediática. Los blogs, comunidades y foros BBS, como formas de medios autogestionados, otorgaron a los usuarios la capacidad de producir contenidos gracias a su alta apertura e interactividad inmediata, convirtiéndose en una nueva modalidad de vida en la era de Web 2.0. Los portales web, con su facilidad de difusión y diversidad de contenidos,

respondieron a las demandas de información diversificada y personalizada de los internautas, estableciéndose como un nuevo canal para el acceso a recursos informativos” (Xiong, 2019: 25. Traducción propia).

En la década de 2010, la rápida expansión de las redes sociales y las plataformas de internet móvil, especialmente con el crecimiento explosivo de Weibo en 2010 y la generalización de WeChat en 2011, marcó el inicio de una nueva etapa en el ecosistema mediático de China.

“Los nuevos medios de comunicación se integraron en plataformas de redes sociales como Weibo y WeChat para aumentar la lealtad de los usuarios. Al mismo tiempo, desarrollaron aplicaciones que permiten la conexión a internet, creando plataformas multimedia que combinan texto, imágenes, videos y audio. De este modo, lograron la completa digitalización del contenido, adaptándose a las tendencias de consumo de lectura en línea propias de la era digital” (Xiong, 2019: 25. Traducción propia).

Durante este periodo, el desarrollo de la tecnología de *streaming* ocupó una posición cada vez más importante en la industria mediática de China. Plataformas como Youku, Tencent Video e iQiyi experimentaron un rápido auge, proporcionando a los usuarios una amplia variedad de contenido audiovisual y una experiencia de visualización accesible. Estas plataformas no solo ofrecieron servicios de video bajo demanda para películas y series de televisión tradicionales, sino que también fomentaron la producción y distribución de programas de variedades y series originales en línea, configurando un nuevo ecosistema de contenido. En particular, con la madurez y expansión de la tecnología de transmisión en vivo, las plataformas de *streaming* ampliaron aún más su alcance, abarcando sectores como el entretenimiento, la educación y el comercio, lo que permitió a los usuarios consumir contenido en cualquier momento y lugar.

El rápido desarrollo del *streaming* impulsó a las emisoras de televisión y radio tradicionales a acelerar su proceso de digitalización e integración en el entorno de Internet. Mediante la colaboración con plataformas de *streaming* o la creación de sus propios servicios en línea, los medios tradicionales buscan reposicionarse en el nuevo ecosistema mediático y competir eficazmente por la atención del público.

Además, la aparición de plataformas de videos cortos como Douyin y Kuaishou impulsó aún más la diversificación de las formas de contenido mediático y la amplitud de su difusión. La rápida popularización de los videos cortos no solo transformó la manera en que el público accede a entretenimiento e información, sino que también abrió nuevas oportunidades para los creadores de contenido, permitiendo que contenidos personalizados y fragmentados fueran más fácilmente aceptados y difundidos entre las audiencias masivas.

La convergencia multimedia se consolidó como una característica fundamental de los medios contemporáneos, desdibujando las fronteras entre los medios tradicionales y los emergentes. Se establecieron interacciones y sinergias estrechas entre periódicos, televisión, radio, plataformas en línea y redes sociales, lo que fomentó el desarrollo de un ecosistema mediático plenamente integrado. Como señaló Xiong:

“Con la profundización de la convergencia mediática, la integración de la industria de los medios con Internet ha avanzado desde el nivel de los canales tecnológicos hasta el nivel de la estructura industrial. Las fronteras entre los distintos sectores mediáticos están desapareciendo gradualmente. La industria de los medios ha entrado en la verdadera era del ‘Internet+’, un modelo que impulsa la integración intersectorial e interindustrial como una nueva dirección para el desarrollo de la industria mediática. La innovación y la actualización industrial que esto conlleva transformarán la estructura de toda la industria de los medios, brindando enormes oportunidades para su desarrollo” (Xiong, 2019: 25-26. Traducción propia).

A finales de la década de 2010, la transición de los medios chinos de la “integración de medios” a los “medios inteligentes” se convirtió en una tendencia dominante, impulsando el sector hacia un enfoque más inteligente y basado en datos. Con la evolución hacia los “medios inteligentes”, la inteligencia artificial se ha integrado de manera profunda en todas las fases de la cadena de valor mediática, desde la recopilación de información, la producción de contenido, la distribución hasta la interacción con los usuarios.

El uso de tecnologías de Big Data y algoritmos ha permitido a las plataformas mediáticas analizar con precisión el comportamiento, las preferencias y las necesidades de los usuarios, facilitando así recomendaciones de contenido personalizadas. Este proceso no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también incrementa la efectividad en la difusión del contenido y la fidelidad del público. Plataformas como Douyin y Kuaishou (de videos cortos), Toutiao y Yidian Zixun (de personalización de noticias) y Weibo y WeChat (de redes sociales) son ejemplos emblemáticos de la transformación hacia los “medios inteligentes”, caracterizados por sus complejos mecanismos de recomendación algorítmica.

Asimismo, la llegada de la era de los “medios inteligentes” ha revolucionado no solo la producción y distribución de contenido, sino que también ha impulsado la adopción generalizada de tecnologías de experiencias inmersivas. La realidad aumentada (AR), la realidad virtual (VR) y la realidad mixta (MR) han comenzado a integrarse progresivamente en el ámbito mediático, ofreciendo a los usuarios experiencias interactivas novedosas. Estas tecnologías no solo han transformado la presentación del contenido, sino que también han permitido a los espectadores participar de manera más inmersiva e interactiva en los contenidos. Por ejemplo, la tecnología AR se ha aplicado en reportajes noticiosos para mejorar la visualización de la información, mientras que la VR y la MR han proporcionado experiencias inmersivas más realistas en las industrias cinematográfica y de videojuegos.

2.3.2. La evolución de la relación entre los medios y la música en China

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la industria musical, no solo como los principales canales de difusión, sino también al influir profundamente en la creación, promoción, consumo y en la construcción cultural de la música. A través de diversas formas de medios, la música logra llegar a una audiencia más amplia, lo que fortalece su impacto social y cultural. Al mismo tiempo, los medios transforman las formas de producción musical y los hábitos de consumo, alterando la estructura de la industria musical. Tanto los medios tradicionales como los medios digitales y los medios inteligentes que han surgido en los últimos años han sido indispensables para el desarrollo de la música.

En China, la influencia de los medios sobre la música independiente es particularmente destacada; a medida que evolucionan las formas de los medios, la difusión, el impacto y la posición de la música independiente en el mercado continúan cambiando y creciendo. Antes de la llegada de los medios digitales, la influencia de los medios tradicionales sobre la música independiente era bastante limitada, manteniendo a este género en gran medida en un estado subterráneo, sin acceso significativo a canales de difusión y apoyo en los medios convencionales. No obstante, con el auge de los medios digitales, la convergencia entre medios tradicionales y digitales ha revitalizado el desarrollo de la música independiente. Los medios digitales no solo han ofrecido una plataforma de difusión más amplia para la música independiente, sino que, al interactuar con los medios tradicionales, han contribuido a que esta música salga del ámbito clandestino y gane una mayor visibilidad en el panorama público.

a) La música de China en los medios tradicionales a partir de 1949 hasta 2000

En las décadas de 1950 y 1960, los medios tradicionales en China, como la prensa, la radio y la televisión, desempeñaron un papel crucial en la difusión de contenido cultural y artístico, incluyendo la ópera y el teatro. La Radio Nacional del Pueblo de

China, establecida como el núcleo de la radiodifusión, y la Televisión de Beijing, que comenzó sus emisiones en 1958, se convirtieron en importantes canales de transmisión musical.

“Los espectadores de Beijing tuvieron en varias ocasiones la oportunidad de disfrutar, a través de la televisión, de las destacadas actuaciones de renombrados artistas de la Ópera de Pekín, como Mei Lanfang, Shang Xiaoyun, Xun Huisheng, Ma Lianliang y Zhang Junqiu. Además, otras obras teatrales populares de la época, como la ópera Kunqu ‘*Las Quince Monedas* (en chino: 十五贯)’, y las óperas ‘Los Guardias Rojos del Lago Honghu (en chino: 洪湖赤卫队)’ y ‘*Jiang Jie* (en chino: 江姐)’, también fueron transmitidas por la televisión” (Fang, Ding, Huang, Xue, 2002: 379. Traducción propia).

Sin embargo, durante la “Revolución Cultural” (1966-1976), la música en los medios fue severamente restringida, limitándose principalmente a las “ocho óperas modelo”, lo que redujo la diversidad musical y cultural en la programación.

Tras la “Revolución Cultural”, en la década de 1980, los medios tradicionales experimentaron reformas significativas que permitieron una mayor diversidad en la programación. La radio comenzó a especializarse en diferentes géneros y segmentos de audiencia, lo que incluyó la creación de canales dedicados a la música. Un ejemplo de esta diversificación es el programa de variedades *Esta Noche a las 8:30*, lanzado por la Radio Central del Pueblo en 1987, que incluía música junto con otros contenidos culturales.

Desde la década de 1980, la música popular en China y los medios de comunicación tradicionales comenzaron a industrializarse, lo que provocó una transformación profunda en su relación. El auge de la música popular marcó la aparición de un nuevo fenómeno cultural, y los medios tradicionales, especialmente la radio y la televisión, se convirtieron en los principales vehículos para su difusión.

En la década de 1990, los medios de comunicación de Hong Kong, al promover a los “Cuatro Reyes Celestiales²³”, dieron inicio a la era de la cultura de fans en China, en la que los medios tradicionales desempeñaron un papel fundamental en el fenómeno de la creación de estrellas. En 1993, la emisora de música de Beijing lanzó el “China POP Chart”, un ranking de gran relevancia para la música popular en China, que alcanzó tanto al público nacional como a la audiencia global de habla china. Este ranking no solo contribuyó a la popularización de la música popular, sino que también brindó una plataforma significativa para que los músicos independientes se dieran a conocer.

Además, las series de televisión y las películas jugaron un papel indispensable en la promoción de la música popular, y muchas de las canciones emblemáticas de los años 90 alcanzaron la fama a través de estas producciones audiovisuales. Al mismo tiempo, con la llegada del karaoke a Guangzhou a finales de los años 80, los videos musicales comenzaron a ganar popularidad a mediados y finales de los años 90. La aparición de plataformas televisivas como MTV Mandarin y Channel [V] consolidó a los videos musicales como una forma importante de expresión dentro de la música popular, fomentando así el desarrollo de una cultura visual en torno a la música.

La Gala de Año Nuevo de la Televisión Central de China (CCTV) en la década de 1990 también se convirtió en un canal esencial para la promoción de canciones populares, muchas de las cuales, tras ser interpretadas en esta gala, rápidamente se popularizaron en todo el país, convirtiéndose en clásicos ampliamente conocidos. Gracias a la fuerte influencia de estos medios tradicionales, la música popular logró integrarse en la vida cotidiana del público, marcando el inicio de la edad de oro de la industria musical en China.

²³ Los “Cuatro Reyes Celestiales” de Hong Kong son un fenómeno de la música popular cantonesa en Hong Kong. Este término se refiere a los cuatro cantantes masculinos más populares de Hong Kong a principios de la década de 1990: Jacky Cheung, Andy Lau, Leon Lai y Aaron Kwok. Los cuatro ingresaron a la industria del entretenimiento en la década de 1980 como cantantes o actores, y en 1992 fueron designados colectivamente como los “Cuatro Reyes Celestiales” por los medios de comunicación.

b) La música de China y los medios después de 2000

Al entrar en el siglo XXI y con el florecimiento de la música popular, los programas de concursos musicales en televisión surgieron rápidamente en China, consolidándose como una parte esencial de la industria musical y manteniendo hasta hoy una notable relevancia. Estos programas no solo ofrecieron entretenimiento al público, sino que también se convirtieron en plataformas importantes para descubrir y formar a nuevas generaciones de músicos, impulsando así la difusión y popularización de la cultura musical.

En 2004, Hunan TV lanzó “Super Girl”, seguido por “Super Boy” en 2007, considerados los pioneros de los programas de concursos musicales en China. Ambos programas generaron un gran impacto social a nivel nacional, atrayendo a una gran cantidad de jóvenes fanáticos y permitiendo que personas comunes se convirtieran en estrellas a través de la televisión, desencadenando una verdadera fiebre por cantar en todo el país. En 2012, Zhejiang TV introdujo “The Voice of China (en chino: 中国好声音)”, la versión china del programa de televisión “The Voice” de la compañía holandesa Talpa. Este programa se convirtió rápidamente en un fenómeno nacional tras su primera emisión y es ampliamente conocido como una telerrealidad musical. Simultáneamente, el canal de variedades de la Televisión Central de China (CCTV-3) lanzó “Sing My Song (en chino: 中国好歌曲)”, producido por el equipo de “The Voice of China” y enfocado en descubrir y promover música original en chino mandarín. Desde su primera emisión en 2014, el programa se ha convertido en un importante incubador de nuevas voces en la escena musical en chino, ayudando a muchos músicos independientes y obras originales a llegar al público.

Con la llegada de la era de Internet, los programas de variedades en plataformas de video en línea han experimentado un crecimiento rápido. En 2017, iQiyi lanzó “The Rap of China (en chino: 中国有嘻哈)”, un programa de variedades en línea centrado en el *hip-hop* que no solo llevó la música *rap*, antes considerada de nicho, al público

general, sino que también fomentó la popularización de la cultura del *hip-hop* en China, con un impacto duradero. En 2019, iQiyi presentó “The Big Band (en chino: 乐队的夏天)”, un programa que reavivó la nostalgia por el *rock* de los años 90, revitalizando la cultura del *rock* entre las nuevas generaciones. En 2022, iQiyi estrenó “Folk 2022 (en chino: 我们民谣 2022)”, un programa de competencia de música *folk* que amplió aún más la influencia de este género. Los programas de variedades en línea, con su formato más flexible y contenido orientado a los jóvenes, han logrado atraer a una audiencia considerable, convirtiéndose en un medio importante para la difusión de la cultura musical.

En paralelo, las redes sociales han adquirido una relevancia cada vez mayor en la difusión de la música. Las plataformas como Douban, Weibo y WeChat ofrecen un espacio amplio para la discusión y promoción musical, permitiendo a los músicos interactuar directamente con sus seguidores, lanzar nuevas obras y compartir su proceso creativo, lo que incrementa la influencia de la música y acelera su difusión. La naturaleza social de estas plataformas permite que la música se propague rápidamente y, en muchos casos, se convierta en un fenómeno cultural.

El rápido avance de la tecnología de Internet y el auge de las plataformas en línea y los servicios de *streaming* han transformado profundamente la manera en que se difunde la música. Las plataformas digitales como NetEase Cloud Music y QQ Music han proporcionado a los músicos nuevas vías para lanzar y promocionar su música. A través de algoritmos de recomendación precisos, estas plataformas permiten a los músicos llegar a un público más amplio y, mediante la interacción con los usuarios, mejorar la eficacia de la difusión musical. Y las plataformas de video en línea han incrementado significativamente el atractivo de la música al ofrecer una experiencia que combina lo visual y lo auditivo. Los videoclips en alta definición y las transmisiones en vivo de conciertos permiten a los espectadores sumergirse por completo en la experiencia musical, transformando la difusión de la música en una experiencia multisensorial más rica.

Además, la popularización de los servicios de *streaming* no solo ha proporcionado a los músicos nuevas formas de interactuar y mostrar su trabajo, sino que también ha reducido la distancia entre los músicos y su audiencia mediante actuaciones en tiempo real e interacciones inmediatas, incrementando notablemente el impacto de la música. En particular, durante la pandemia, el auge de los conciertos en línea ha ampliado aún más los límites de la difusión musical. A través de tecnologías como los comentarios interactivos y la realidad virtual, los espectadores pueden participar en tiempo real en las actuaciones, disfrutando de una experiencia musical más inmersiva.

2.4. Los cambios temáticos de la música popular en China

Desde 1949, los temas de la música china han experimentado una profunda evolución, pasando de grandes narrativas colectivas a expresiones más personales. Esta transformación no solo refleja los enormes cambios políticos, económicos y culturales de la sociedad china, sino que también muestra el surgimiento gradual de la conciencia individual. En los primeros años, la música se centraba en alabar al Partido y al país, promoviendo la construcción del socialismo, y reflejaba un fuerte sentido de colectivismo y narrativa política unificada. Con el paso del tiempo, especialmente después de la “Reforma y Apertura”, la música popular surgió rápidamente, convirtiéndose en una parte fundamental de la cultura popular. A diferencia de los temas musicales anteriores, que eran más politizados y colectivos, la música popular comenzó a enfocarse más en las emociones personales, el amor, la vida urbana y otros aspectos de la vida cotidiana, mostrando un claro carácter de expresión individual.

2.4.1. Los temas de la música china desde los años 50 a los años 70

Desde 1949 hasta 1966, los temas de la música china se centraron principalmente en la construcción del socialismo y la unidad nacional. Las canciones de esta época solían alabar al Partido Comunista, a Mao Zedong, al Ejército Popular de Liberación y al entusiasmo del pueblo trabajador por construir el socialismo. Estas obras estaban

llenas de amor por la nueva China y de optimismo hacia el futuro. Por ejemplo, composiciones como “Oda a la Patria” (en chino: 歌唱祖国) de Wang Xin (1950) y “Caminamos por un Gran Camino” (en chino: 我们走在大路上) de Li Jiefu (1963), presentaban melodías enérgicas y elevadas, con letras sencillas y fáciles de entender, lo que facilitaba su difusión entre el público. Además, estas canciones a menudo incorporaban elementos de la música folklórica, creando un estilo musical distintivo.

Durante la “Revolución Cultural”, entre 1966 y 1976, la música se convirtió en una herramienta de propaganda altamente politizada. La creación musical estuvo estrictamente controlada y se utilizó principalmente para promover el pensamiento de Mao Zedong, la revolución proletaria y la lucha de clases. La música tradicional fue prohibida, siendo reemplazada por “óperas modelo” y “canciones revolucionarias”. Estas obras estaban fuertemente politizadas y servían directamente a las campañas políticas de la época. Las “óperas modelo” en particular, expresaban grandes narrativas revolucionarias centradas en el heroísmo o el “heroísmo revolucionario”. Los ejemplos representativos incluyen “El Oriente es Rojo” (en chino: 东方红) y “Navegar los mares depende del timonel” (en chino: 大海航行靠舵手). Estas piezas musicales solían tener una estructura monótona, basándose en coros masivos o estilos de música militar, con melodías solemnes y poderosas que enfatizaban el espíritu colectivista.

2.4.2. Los temas de la música china desde los años 80

a) Los temas de la música china en los primeros años de la “Reforma y Apertura”

Desde 1978 hasta finales de la década de 1980, los temas de la música china fueron evolucionando gradualmente desde un enfoque político único hacia una mayor diversidad. Durante este período, las canciones comenzaron a centrarse en la vida cotidiana, las emociones personales y los cambios sociales de la gente común,

mientras que la música popular empezaba a surgir, con temas cada vez más personales. La canción “Nostalgia por el Pueblo Natal” (en chino: 乡恋), interpretada por Li Guyi en 1979, es ampliamente considerada como la primera canción pop china. Esta pieza puede expresar tanto la añoranza por el pueblo natal como el amor romántico, lo que provocó reflexiones sobre el individuo como ser independiente. Por otro lado, “En el lugar donde florecen los duraznos” (en chino: 在那桃花盛开的地方) de Jiang Dawei, lanzada en 1980, refleja el anhelo por una vida mejor y la admiración por la belleza natural. Estas obras destacan la creciente atención a las emociones personales y al deseo de una vida mejor durante los primeros años de la Reforma y Apertura.

En cuanto al estilo musical, la música pop fue tomando forma, incorporando elementos de la música pop de Hong Kong y Taiwán, con melodías suaves y fluidas y letras poéticas. Además, el estilo musical conocido como Viento del Noroeste²⁴ (en chino: 西北风) también surgió durante este período, con canciones como “Meseta de Loes” (en chino: 黄土高坡) y “Volando con el viento” (en chino: 信天游), que reflejan una búsqueda de las raíces culturales tradicionales. La exploración de estos estilos musicales enriqueció las formas de expresión de la música popular china, impulsando el desarrollo de una mayor diversidad musical.

b) Los temas de la música china en los años 90 y la primera década del siglo XXI

En la década de 1990, los temas de la música china, que ya habían realizado la transición de una narrativa colectiva a una expresión más personal, evolucionaron hacia una mayor diversidad y riqueza. Durante este período, con el rápido desarrollo de la economía de mercado y el auge de la cultura popular, la expresión musical se volvió cada vez más individualizada. Los estilos como el *pop*, el *rock* y la música *folk* florecieron, reflejando la complejidad de la mentalidad social y la diversidad de las

²⁴ Viento del Noroeste (en chino: 西北风) es el pico sin precedentes del desarrollo de canciones originales en la China continental. El estilo de las obras se basa principalmente en la cultura tradicional de la región interior del noroeste, cantando el complejo de la Meseta de Loes.

demandas culturales. Los temas musicales no solo se centraron en los sentimientos personales y el amor, sino que también abarcaron diversos aspectos de la vida urbana, formando gradualmente una perspectiva individual marcada por una inclinación hacia lo secular. El amor romántico se convirtió en un tema central de la música pop china, con canciones que celebraban la belleza del amor o expresaban el dolor del desamor. Los ejemplos de esto son “La Chica Sentada a Mi Lado (en chino: 同桌的你)” de Gao Xiaosong y Lao Lang, “Pasión Desnuda (en chino: 赤裸裸)” de Zheng Jun, y las canciones de Yang Yuying y Mao Ning.

Al mismo tiempo, los sentimientos de nostalgia y melancolía también se reflejaron ampliamente en muchas canciones populares de la época, que a menudo incorporaban elementos folclóricos. Las canciones como “Balada Folclórica China (en chino: 中华民谣)” (letra de Zhang Xiaosong y Feng Xiaoquan, música de Feng Xiaoquan) evocaron una profunda resonancia a través del recuerdo del pasado y la transmisión de tradiciones. El rock, por su parte, se convirtió en un medio principal para la expresión emocional. La canción “Nada a mi nombre (en chino: 一无所有)” de Cui Jian marcó el inicio de esta tendencia, convirtiéndose en el himno de una generación. Posteriormente, las bandas como Black Panther (en chino: 黑豹乐队), Tang Dynasty (en chino: 唐朝乐队) y los artistas como Zhang Chu, Dou Wei, He Yong surgieron en los años 90, expresando reflexiones sobre la realidad y luchas contra la confusión existencial.

Al entrar en el siglo XXI, con la expansión y popularización de la cultura del KTV, se desató en China una ola de entretenimiento masivo centrada principalmente en temas de amor y nostalgia. Las canciones de amor abarcaron una amplia gama de experiencias emocionales, desde el amor no correspondido hasta relaciones en curso y fracasos amorosos, lo que llevó a la aparición de numerosos cantantes y estrellas del pop. Paralelamente, la música popular centrada en los ideales personales y las reflexiones sobre la vida también ganó popularidad. En este período, las canciones en línea se volvieron extremadamente populares, evitando temas elevados y enfocándose

más en el hedonismo, con una representación del amor que tendía a ser más sensual y erótica. Los ejemplos de estas canciones incluyen “Dos Mariposas (en chino: 两只蝴蝶)”, “Perfume Venenoso (en chino: 香水有毒)” y “Compra y Venta del Amor (en chino: 爱情买卖)”. Además, “Se Rompe El Viento del Este (en chino: 东风破)” de Jay Chou lideró la tendencia del *chinoiserie*, combinando la tradición literaria clásica con la música moderna, despertando un fuerte sentimiento de nostalgia en el público. En cuanto al estilo musical, la creación en este período fue más libre, con una amplia incorporación de elementos de la música occidental. Los avances en la tecnología de producción musical trajeron efectos sonoros más ricos y una mayor expresividad, mientras que una diversidad de estilos vocales y tonalidades también se convirtió en una característica distintiva de la música de esta época.

c) Los temas de la música china desde la segunda década del siglo XXI

En la segunda década del siglo XXI, la música china ha experimentado una notable diversificación y complejidad temática en el contexto de la multiculturalidad y la globalización. La amplia difusión de Internet y los avances en la tecnología digital han facilitado la creación y difusión musical, permitiendo que los músicos de diversos estilos expresen su individualidad y lleguen a un público más amplio. La nueva generación de creadores musicales ha ampliado su enfoque, abordando no solo la expresión emocional tradicional, sino también una variedad de realidades sociales, como la protección del medio ambiente, los problemas sociales, la identidad y la preservación cultural.

Durante este período, las formas de expresión musical se han vuelto más personalizadas y diversas. Las canciones como “Al Sur de las Montañas Zhongnan” (en chino: 南山南) de Ma Di (2014) exploran la soledad y la incertidumbre de la vida a través de letras sencillas, reflejando una profunda reflexión sobre la sociedad contemporánea. Por su parte, “Camino Ordinario” (en chino: 平凡之路) de Pu Shu (2014) utiliza letras simples pero filosóficas para expresar una comprensión profunda

de la vida cotidiana, resonando ampliamente entre el público. Estas obras no solo se enfocan en los sentimientos personales, sino que también reflejan una introspección sobre la realidad social y la búsqueda del sentido de la vida.

En cuanto a los estilos musicales, la música independiente se ha destacado especialmente en este período. Muchos músicos independientes han publicado sus obras a través de plataformas en línea, ganando gradualmente visibilidad y reconocimiento. Los estilos como la música electrónica, el *hip-hop* y el *R&B* también han experimentado un notable crecimiento. La música electrónica, con su enfoque futurista y tecnológico; el *hip-hop*, con su crítica directa a los fenómenos sociales; y el *R&B*, con su expresión de emociones sutiles, han inyectado nueva vitalidad a la escena musical china.

En general, la música china de la segunda década del siglo XXI refleja la diversidad social y el despertar de la conciencia individual. A medida que los estilos y temas musicales continúan diversificándose, la música china de este período ha demostrado un potencial creativo enorme, ofreciendo una experiencia musical más rica y variada para el público.

Capítulo 3. Introducción a la música independiente en China

3.1. Cultura musical en China desde la fundación de la República Popular China hasta los años 80

El desarrollo de la cultura musical está intrínsecamente ligado a condiciones sociales específicas y demandas sociales. En los primeros años de la fundación de la República Popular China, debido a los estragos de los conflictos bélicos de un siglo y a la profunda transformación del sistema social, China experimentaba una gran pobreza económica. La llegada de una nueva era y la construcción del socialismo estimulaban la creatividad de los músicos. En este período, el desarrollo de la cultura musical en China enfrentaba una deficiencia estructural inherente. La creación musical se centraba principalmente en marchas y nuevas canciones folclóricas, con una carga política y revolucionaria. Además, según Xiang Xiaogang: “La mayoría de las canciones exaltaban temas grandiosos como el Partido Comunista de China, la patria y los líderes” (Xiang, 2002: 70. Traducción propia).

En el artículo *Panorama del desarrollo de la música en China desde la fundación de la República Popular China*, Li Yiming, Jiang Ning y Liu Shuai indican: “Desde la década de 1950 hasta la de 1970, la música vocal en China, que incluyó canciones líricas, canciones infantiles y corales, fue marcada por varias composiciones influyentes. Entre las canciones más destacadas se encuentran ‘Río Liuyang (en chino: 浏阳河)’²⁵, ‘Oda a la Patria (en chino: 歌唱祖国)’, ‘Te amo, China (en chino: 我爱你, 中国)’, ‘Caminamos por un Gran Camino (en chino: 我们走在大路上)’, ‘Mi Patria (en chino: 我的祖国)’, ‘Rememos Juntos (en chino: 让我们荡起双桨)’²⁶, ‘Somos Sucesores del Comunismo (en chino: 我们是共产主义接班人)’, ‘Aprendamos de Lei Feng’²⁷, un Buen Ejemplo (en chino: 学习雷锋好榜样)’, ‘Wa

²⁵ Canción folclórica de Hunan. Elogio a Mao Zedong, nacido y criado a orillas del río Liuyang en un estilo de lenguaje sencillo y un formato de preguntas y respuestas.

²⁶ Canción principal de la película infantil de 1955 *Flowers of the Motherland*.

²⁷ Lei Feng (18 de diciembre de 1940 - 15 de agosto de 1962), anteriormente conocido como Lei Zhengxing, nació en Changsha, provincia de Hunan, y murió en acto de servicio el 15 de agosto de 1962, a la edad de 21 años, su

Ha Ha (en chino: 娃哈哈)²⁸, y ‘El Sol que nunca se pone en la pradera (en chino: 草原上升起不落的太阳)’²⁹, entre otras” (Li, Jiang y Liu, 2014: 8. Traducción propia).

Además, en su tesis doctoral titulado *Estudio sobre la música roja y la difusión del marxismo*, Mei Shichang analiza la evolución de la música roja en China en el contexto de la difusión del marxismo, incluyendo su desarrollo entre 1949 y 1978. A partir de este análisis, se concluye que se crearon obras musicales importantes que tomaron inspiración de canciones folclóricas, como la música para ópera “Las olas del Lago Honghu (en chino: 洪湖水，浪打浪)”³⁰, el primer ballet chino “El Destacamento Rojo de Mujeres (en chino: 红色娘子军)”, el épico musical y de danza “El Oriente es rojo (en chino: 东方红)”, las sinfonías “Himno a la Bandera Roja (en chino: 红旗颂)” y “La Conquista de la Montaña del Tigre (en chino: 智取威虎山)”³¹, así como el concierto para piano “El Río Amarillo (en chino: 黄河)”, entre muchas otras (Mei, 2019: 72-75. Traducción propia).

Durante la “Revolución Cultural” (1966-1976) en China, la cultura musical del país sufrió graves daños, y el desarrollo de la música se enfrentó a obstáculos significativos. En ese momento, las obras musicales tenían una fuerte carga política, como las ocho óperas revolucionarias más representativas, cuyos contenidos, difusión y representaciones se consideraban eventos políticos de gran importancia.

Después del final de la “Revolución Cultural”, a finales de 1978, China determinó implementar el programa de la “Reforma y Apertura”. Las cicatrices de la “Revolución Cultural” y la emoción por la nueva era constituyeron la mentalidad

figura adquirió dimensión nacional como ejemplo de desprendimiento personal, la moral socialista y la disposición permanente a ayudar a los demás (Enlace Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Lai_Feng).

²⁸ Canción infantil con música y letra escritas por Shi Fu sobre la melodía de una canción punteada del artista uigur de Xinjiang, Roza Akhund. La canción fue compuesta en noviembre de 1954.

²⁹ Canción escrita y compuesta por el famoso compositor de Mongolia Interior Meiliqige y cantada por Hu Songhua, creada en 1952.

³⁰ Canción folclórica de Hubei. Compuestas en 1958, inicialmente fue utilizada como tema musical para una escena específica de la ópera “Los Guardias Rojos del Lago Honghu” en 1959.

³¹ Sinfonía basada en la ópera de Pekín de “La Conquista de la Montaña del Tigre”, que es una obra de ópera durante la Revolución Cultural en la que se narra la lucha de un destacamento del Ejército de Liberación contra los bandidos que se habían refugiado en los bosques del noreste de China durante varios años. Esta ópera se considera una de las “Óperas Revolucionarias” y un “clásico rojo”.

social básica de ese momento. En el campo literario, surgió la corriente literaria de *las cicatrices* (Literatura de la cicatriz), mientras que en el ámbito musical, los temas grandiosos gradualmente perdieron relevancia, y las canciones líricas que expresaban emociones personales comenzaron a resurgir. En 1980, durante el evento de selección de “Canciones de radio populares entre la audiencia”, participaron más de 250.000 personas y se seleccionaron las 15 canciones más populares entre la audiencia. Estas canciones incluyeron “Brindemos con Alcohol (en chino: 祝酒歌)”, “La Chica busca a su novio con lágrimas en los ojos (en chino: 妹妹找哥泪花流)”, “Nuestra Vida Está Llena de Sol (en chino: 我们的生活充满阳光)”, “Adiós, Mamá (en chino: 再见吧, 妈妈)”, “Mi Amor, Dame Fuerza (en chino: 心上人啊, 快给我力量)”, “Un Amor tan Profundo Como el Océano (en chino: 大海一样的深情)”, “Juventud, oh Juventud (en chino: 青春啊青春)”, “Plumas Blancas llenas de cariño (en chino: 洁白的羽毛寄深情)”, “Árbol de la Seda (en chino: 绒花)”, “Siempre estaré contigo (en chino: 永远和你在一起)”. Es importante destacar que estas canciones se caracterizan por el uso de la técnica vocal conocida como canto lírico, la cual difiere de la música pop china contemporánea.

Con la apertura económica, la música popular de Hong Kong y Taiwán comenzó a ingresar a la China continental. Una de los artistas más representativos fue la cantante taiwanesa Teresa Teng (en chino: 邓丽君), cuya música tuvo un gran impacto en el desarrollo de la música popular en la China continental. Incluso se dio el fenómeno de “escuchar a Deng (Deng Xiaoping) durante el día y a la pequeña Teng (Teresa Teng) por la noche” (Xiang, 2022: 69. Traducción propia), y surgieron muchas imitadoras de Teresa Teng en la China continental. Posteriormente, las canciones en cantonés de Hong Kong y las canciones *folk* del campus de Taiwán también comenzaron a ingresar al continente, influenciando el gusto musical de la audiencia continental.

Junto con la música de Hong Kong y Taiwán, también llegó la música pop occidental. Las cintas de música se convirtieron en el medio para llevar esta música a la China continental, y la audiencia china ya no se limitó a escuchar música en la radio.

Además, las cintas de “Dakou”³² de Europa y América también ingresaron a la China continental a fines de la década de 1980, convirtiéndose en una moda subterránea seguida por los jóvenes. Los primeros músicos de rock en China obtuvieron acceso a la música de rock occidental a través de las cintas “Dakou” y comenzaron a crear música rock. Estos nuevos fenómenos musicales contribuyeron al rápido desarrollo y la popularidad del rock en la China continental y las canciones *folk* del campus en la primera mitad de la década de 1990. Sin embargo, estos dos géneros musicales perdieron popularidad en la segunda mitad de la década de 1990, convirtiéndose en un preludio para el desarrollo de la música independiente china a partir de mediados de la década de 1990.

3.2. Desarrollo de la música independiente en China

En el contexto de la presente tesis, tomamos la “música independiente” como música creada y distribuida independientemente por músicos o compañías discográficas independientes. La música independiente expresa actitud, opiniones y connotaciones únicas a través de múltiples estilos. Esta definición se concluye según la realidad de la música independiente en China. Hoy en día, el concepto de música independiente aún está madurando, en constante exploración.

En los últimos 30 años, la sociedad china ha experimentado cambios grandes. Los cambios provocados por el proceso de urbanización y los cambios en la estructura de clases sociales han dado lugar a una serie de obras musicales independientes que son diferentes de la industria discográfica popular, son altamente ideológicas y críticas, y tienen un fuerte espíritu humanista. Restringida por canales y fondos, la música independiente lleva mucho tiempo en un estado de difusión entre pequeños grupos. Hasta ahora, con la madurez y el desarrollo de la industria y la tecnología, como sellos de música independientes, festivales de música al aire libre, redes sociales y terminales inteligentes, la música independiente ha encontrado canales de

³² *Cut-out cassettes*. Enlace de referencia: [https://en.wikipedia.org/wiki/Cut-out_\(recording_industry\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Cut-out_(recording_industry))

comunicación de bajo costo y alta eficiencia, y gradualmente ha comenzado a incorporarse a la cultura dominante y entrar a la vista del público.

Debido a la razón histórica, la música independiente en China es muy joven en comparación con la occidental, mientras que su trasfondo del desarrollo es bastante similar al de los Estados Unidos a mediados del siglo XX. Está influenciada profundamente por el rock en China que empezó a desarrollarse desde la segunda mitad de los años 80 del siglo pasado. Con la ola de “Reforma y Apertura”, la música occidental inundó el país junto con diversas formas culturales, trayendo un gran choque cultural a los jóvenes chinos. En el abril de 1985, el dúo británico Wham! vino a China para dar conciertos en su ambicioso tour mundial, siendo el primer grupo pop occidental en hacerlo, lo que es muy importante en el desarrollo de la música en China, tanto de la música popular, como y aún más del rock y, posteriormente, de este último, proviene la música independiente en China.



Figura 1 Wham! en China, 1985
(Fuente: BBC³³)

La presentación de Wham! impresionó mucho a los chinos en aquella época, especialmente a los jóvenes. Nunca habían visto espectáculos tan divertidos y dinámicos, ni sabían cómo reaccionar ante la música tan activa. Entonces, la llegada de Wham! inspiró a los roqueros jóvenes que empezaron a buscar plataformas para presentarse. La germinación de la música independiente china tomó la música rock

³³ Enlace: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-38435436>. Fecha de referencia: 3 de enero de 2024.

como su forma inicial, su aparición no es solo un accidente creado por la época, sino también un resultado inevitable de la sincronización de la cultura global. En este contexto, Cui Jian, “El Padre del Rock Chino”, saltó al estrellato por primera vez en 1986, cuando interpretó la canción “Nada a Mi Nombre (en chino: 一无所有)” en el Concierto de 100 cantantes del Año de la Paz Internacional en el Estadio de los Trabajadores de Beijing, lo que abrió un nuevo capítulo en la historia de la música rock china³⁴.



Figura 2 *Nada a Mi Nombre* de Cui Jian
(Fuente: Douban)

La aparición de la música independiente en Taiwán y Hong Kong en el período posterior promovió aún más el vigoroso desarrollo del entorno continental. Entre 1995 y 2010, el espíritu crítico e innovador de la música independiente contrastó marcadamente con las canciones de amor que inundaron la música pop. Según Luan Qinglin: “Para 1994, las novelas y las series de televisión al estilo de Wang Shuo³⁵ ya habían desmontado por completo la ideología dominante. La nueva prosperidad impulsada por el auge de la economía de mercado había vaciado por completo los

³⁴ Las informaciones relevantes se puede consultar en Wikipedia a través del siguiente enlace:
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%B4%94%E5%81%A5>

³⁵ Wang Shuo (nacido el 23 de agosto de 1958), es un reconocido escritor y guionista contemporáneo chino. Tao Mingdong indica: “Las novelas de Wang Shuo están profundamente vinculadas al desarrollo de la cultura popular en China. En cierto modo, fue esta forma cultural la que permitió a Wang Shuo desarrollar una visión única sobre la novela, haciendo que sus obras reflejaran tanto el contenido como la esencia de la cultura popular. Por ello, sus novelas se convirtieron en literatura muy popular durante las décadas de 1980 y 1990 en China, integrándose así como parte fundamental de la cultura popular de esa época” (Tao, 2008: 11).

principales temas políticos de la sociedad china. El rock, que había surgido como contracultura frente a la corriente dominante, también perdió su papel como discurso de vanguardia” (Luan, 2015: 36. Traducción propia). La música independiente en China nació en este contexto.

Sin embargo, la música independiente casi se retiró de la visión del público. Una de las principales razones es el impacto conjunto de la música pop en chino. Además, debido a la comunicación cultural internacional, las canciones populares extranjeras también han afectado el entorno musical en China, especialmente las canciones en inglés y las canciones populares de Corea del Sur, que fueron muy populares en China en la primera década del siglo XXI.

Al entrar en la segunda década del siglo XXI, la industria discográfica tradicional en el mundo ha sido impactada por la música digital, comenzando a experimentar un retroceso. En comparación con la depresión de la música pop en China, la música independiente ha comenzado a atraer la atención de más público en los últimos años.

Con el desarrollo de la música digital y la música en línea, el desarrollo de la música independiente también encontró nuevas oportunidades. En la era informática, las compañías discográficas ya no son el centro de toda la cadena de la industria de la música. La descentralización se ha convertido en una nueva tendencia en la industria de la música. La música independiente en sí tiene las características de la descentralización, por lo que puede marcar el comienzo de un nuevo desarrollo en la vela de la música digital.

3.3. Rock en China

El rock chino dio comienzo al desarrollo de la música independiente china, mientras que el rock chino nació influenciando por el *folk* popular chino Viento del Noroeste (en chino: 西北风) en aquella época. La música de Cui Jian involucra más música folclórica china en su forma, pero su efecto auditivo es similar al del rock occidental, y al mismo tiempo tiene una crítica de la realidad y la autoridad. El rock apareció como una cultura de élite en China continental en la década de 1980, y la audiencia

estaba formada principalmente por estudiantes universitarios y élites intelectuales. El rock lanzó su anhelo por el mundo exterior. El surgimiento del rock conmocionó al continente que cayó en el pensamiento colectivista durante el período revolucionario y alcanzó su punto culminante a mediados de los noventa. Disminuyó gradualmente a fines de la década de 1990. En el nuevo siglo, la energía acumulada por el rock en la década de los noventa se fue vaciando paulatinamente y se empezó a integrar con la cultura popular.

Yan Jun (en chino: 颜峻)³⁶ divide el desarrollo de la música *rock* china en tres etapas en su libro *Cenizas al viento: una mirada personal al rock* (en chino: 灰飞烟灭: 一个人的摇滚观察): la etapa de prehistoria (demos de ensayo de bandas a principios de la década de 1990, solo para intercambios entre pares); la etapa en ciernes (en la librería Fang Zhou en Beijing se vendieron muestras de mala calidad de sonido hechas por músicos o grabadas de presentaciones en vivo); la era independiente (desarrollada en torno al sistema de producción, comunicación y ventas de las discográficas independientes, desde a finales de los años 90) (Yan, 2006: 160-163. Traducción propia).

La música *rock* en China marcó el comienzo de un período dorado de desarrollo en la primera mitad de la década de 1990. Había cientos de bandas activas en el mercado de la música, como Black Panther³⁷, Tang Dynasty y Cobra (en chino: 眼镜蛇乐队). El desarrollo de la música *rock* china durante este período no solo se reflejó en el aumento del número de bandas y la variación de estilo, sino también en la apertura y popularización de las actuaciones, todo lo cual dependió del proceso de mercantilización de la música *rock*.

En la primera mitad de los años 90, el desarrollo de la música *rock* en China presentó tres características. En primer lugar, nuevas y viejas bandas se desarrollaron juntas.

³⁶ Yan Jun (en chino: 颜峻), músico y poeta con sede en Beijing. Practicando en música performativa, composición experimental, grabación de campo, música improvisada, música electrónica experimental y presentación relativa de exhibición, sus obras a menudo se clasifican como “no musicales”.

³⁷ Black Panther es una banda de *rock* china fundamental fundada en 1987. Originalmente fue liderada por uno de los pioneros de la música alternativa de China, Dou Wei.

Después de un período de experiencia, muchos de los primeros roqueros que aparecieron en la década de 1980 demostraron su propio valor después de entrar en la década de 1990. La publicación y distribución del álbum se ha convertido en un resumen de sus resultados por fases, y la participación frecuente en diversas presentaciones en vivo ha mejorado su popularidad social hasta cierto punto. Al mismo tiempo, aparecieron muchas bandas y cantantes nuevos en este escenario. En segundo lugar, la firma de contratos con compañías discográficas y el lanzamiento de varios álbumes indicó que la música *rock* en China continental había comenzado a tomar el camino de la mercantilización y comercialización. Sin embargo, con el creciente consumo cultural y la continua expansión del mercado de música *rock*, bajo una relativamente falta de orden de mercado estandarizado, la piratería comenzó a aparecer. Además, la celebración de varias presentaciones en vivo de *rock* brindó oportunidades para que muchas bandas y cantantes demostraran su talento. Estas presentaciones en vivo rompieron los métodos de apreciación originales que se basaban principalmente en casetes, discos y otros medios de comunicación, y alentaron a las personas a tener más oportunidades de experimentar la música *rock* en persona (Zhang, 2016: 16-22. Traducción propia).

El 17 de diciembre de 1994, Dou Wei, Zhang Chu, He Yong y la banda Tang Dynasty participaron en el concierto “*Rock & Roll Chinese Music Force*” en el Hong Kong Coliseum. En este concierto, la nueva música de Beijing levantó oficialmente el velo del misterio, demostró directamente su poder creativo y señaló una dirección clara para el futuro de la nueva música china. Este concierto es una actuación histórica para la breve historia del *rock and roll* chino y, hasta cierto punto, es único. En ese momento, el fuerte interés del mercado chino en el *rock and roll* no podía ser igualado incluso hoy en día con entretenimiento diversificado y demandas personalizadas.



Figura 3 Dou Wei, Zhang Chu, He Yong y Tang Dynasty en 1994
(Fuente: Huxiu³⁸)

La melodía de la música *rock* es aguda y fuerte; el impacto en el escenario es fuerte, la interpretación es atractiva y la letra es sencilla. Transmitió diferentes actitudes hacia la música al mercado de la música en ese momento, expresó la percepción de la emoción y la vida de los músicos. La primera generación de roqueros antes de 1989 fundó las características de la música *rock* china, que representa el símbolo espiritual de la decencia, la altivez y el idealismo. Los jóvenes que han sido reprimidos durante mucho tiempo buscan la “dignidad espiritual” en la ruidosa música *rock*.

Después de 1989, la música *rock* china ha pasado de ser puramente romántica a ser pragmática. La audiencia directa era el grupo de jóvenes universitarios en ese momento. Las bandas *underground* chinas, compuestas principalmente por jóvenes estudiantes universitarios, se volvieron activas. Al final de la década de 1990, además del *rock*, comenzaron a aparecer tipos de música más diversificados, como heavy metal *rock*, *rap*, música electrónica, folklore urbano, música *noise*, *punk*, etc.

Al principio del siglo XXI, la música *rock* de China continental entró en el mercado de la música *pop* convencional, la comercialización se hizo más obvia. Los músicos que no estaban dispuestos a comprometerse con la comercialización perseguían la independencia y comenzaron a crear música independiente, pero en ese momento no

³⁸ La imagen proviene del artículo titulado “中国摇滚的青春期，结束在 1994 年的红磡” (traducción al español: La adolescencia del rock chino terminó en 1994 en Hong Kong Coliseum) publicado en Huxiu, escrito por 新周刊, el 25 de marzo de 2020. Enlace: <https://m.huxiu.com/article/346635.html>

había un concepto claro de la música independiente. Se distinguió este tipo de música trazando una línea clara entre la música pop convencional con los títulos de música *underground*, nueva música, nuevo sonido de Beijing, etc. Sin embargo, no importaba qué nombre se adoptara, el núcleo espiritual de su música era oponerse a la comercialización, perseguir el espíritu de innovación y crear música alternativa.

A partir de la segunda década de este siglo, con la prosperidad de las actuaciones musicales en directo y el desarrollo de la tecnología informática, especialmente con el desarrollo de los medios de comunicación móviles, como parte de la música independiente de China, el *rock* se ha encontrado un desarrollo a un nivel más alto.

3.4. Folk en China

Desde principios de la década de 1990, como género de la música contemporánea china, la música *folk* comenzó a aflorar y gradualmente se convirtió en una parte importante de la música contemporánea china. Guo Xiaohan indica en su libro *Shasha Shengzhang: el folk chino contemporáneo* que el desarrollo del *folk* contemporáneo en China ha experimentado tres etapas. La primera etapa se trata de las canciones *folk* del campus en los años 1990 creadas por los autores como Gao Xiaosong, Lao Lang, Xiao Ke, Shen Qing, etc. La segunda etapa son las nuevas canciones *folk* urbanas representadas por cantantes como Wild Children (en chino: 野孩子乐队), Wan Xiaoli y Zhou Yunpeng. Ellos viven en las grandes ciudades, pero no vienen de estas ciudades ni pertenecen a ellas. La tercera etapa consiste en nuevas canciones *folk* producidas en esta era informática. Los cantantes representativos son Ma Di, Cheng Bi, Zhang Gasong, Chen Li, Xie Chunhua, etc. (Guo, 2020: 8).

Durante el período de los años 90 del pasado siglo, la música *folk* en China continental eran principalmente canciones *folk* del campus y estaban profundamente influenciadas por las canciones *folk* del campus de Taiwán. Las canciones *folk* del campus son creaciones populares entre los estudiantes, y reflejan la vida del campus y el estado de ánimo o los sentimientos de los estudiantes. En la década de 1980, para cambiar el status quo de la música local sujeta a la música occidental, los jóvenes

universitarios de Taiwán pidieron “Sing our own songs”, y rápidamente lanzaron el álbum *Canciones Folk del Campus de Taiwán*³⁹. La mayoría de estas canciones *folk* del campus son narrativas, y el canto no se preocupa demasiado por las habilidades vocales, se utiliza el sonido natural, y la melodía es estable y se cantan en voz baja.

Al mismo tiempo, junto con las canciones taiwanesas, la música *folk* y *country* estadounidense se introdujo en el continente a principios de la década de 1980 y, con su fuerte capacidad de carga ideológica, espíritu humanista y sentimiento histórico, le dieron a la música *folk* contemporánea de China la motivación para crecer y desarrollarse. Las canciones más influyentes son de Bob Dylan, John Denver, Simon & Garfunkel, entre otros.

En este contexto, el álbum *Canciones Folk del Campus 1* (en chino: 校园民谣 1) lanzado por Dadi Music en 1994 resultó ser popular debido a su ambiente de campus fresco, franco y vibrante. Sin embargo, con el rápido desarrollo de la economía, los sentimientos ideales se han perdido y la poesía inocente del campus universitario se ha visto gradualmente abrumada por los rostros exquisitos y las dulces voces de los ídolos populares de fuera del chino continental que son principalmente de Hong Kong, Taiwán y de otros países que hablan chino.

La introducción a gran escala de la música popular de Hong Kong y Taiwán, la conformidad y la vulgarización en la marea de la economía de mercado, la imperfección del mercado musical de la parte continental y la visualización de la estética popular desintegraron las canciones *folk* del campus continental, que experimentaron una prosperidad extrema y un rápido declive en la década de 1990.

³⁹ Se puede consultar informaciones relevantes en Wikipedia a través del siguiente enlace: <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%A0%A1%E5%9C%92%E6%B0%91%E6%AD%8C>

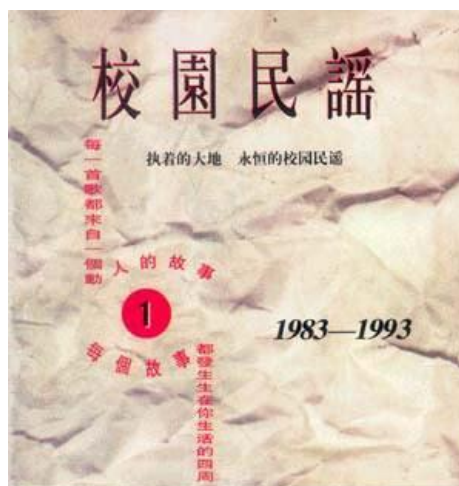


Figura 4 *Canciones Folk del Campus 1*
(Fuente: Douban⁴⁰)

La primera década del Siglo XXI es una década de cambios drásticos en la sociedad china. Por una parte, las turbulencias y pérdidas provocadas por el proceso de urbanización y la diferenciación de estratos sociales se reflejan en las nuevas canciones *folk* de esta etapa, que es una crítica y un grito de la realidad. Por otra parte, las canciones *folk* de este período comenzaron a regresar activamente al campo y al *folk*, excavando temas de la cultura tradicional y utilizando métodos musicales modernos para reinterpretarlos, formando música con un sentido de la época que trasciende el estilo antiguo. Posteriormente, la creación de nuevas canciones *folk* fue influenciada por la cultura popular, conformando dos estilos estéticos diferentes: intervención en la sociedad y escritura sobre emociones y experiencias individuales.

Las canciones *folk* de intervención social se concentraron principalmente al inicio de las nuevas canciones *folk* urbanas. Estaban influenciadas por el espíritu crítico del *rock* y mostraban una clara percepción del cambio social en su creación. Las canciones *folk* sobre emociones y experiencias individuales se produjeron principalmente en la segunda década de este siglo nuevo. Durante este período, la clase social china fue relativamente estable, se formó gradualmente una sociedad de

⁴⁰ Descripción en el disco: “Dadi persistente, baladas eternas del campus.” “Cada canción proviene de una historia conmovedora y cada historia se desarrolla alrededor de tu vida.”

consumo y la cultura musical fue influenciada por los medios de comunicación, especialmente los medios informáticos.

3.5. Música online en China

En 1999, la música online apareció en China. Se establecieron varios sitios web de música. Los internautas chinos comenzaron a escuchar y descargar música en las plataformas online de forma gratuita. Después de 2010, la música online entró oficialmente en la era de comunicación móvil. En el pasado, el almacenamiento y la difusión de música utilizaban principalmente formas físicas. Los primeros discos de vinilo evolucionaron lentamente hacia cintas, discos de CD y otros formatos cada vez más portátiles y fáciles de transportar, y finalmente se convirtieron en virtuales sin objetos físicos sobre la base de la tecnología informática. La forma virtual, en mayor medida, podría aumentar la eficiencia de difusión y la popularidad de la música. Sin embargo, lo que apareció fue la rápida difusión de la música pirateada en las plataformas online. Según el “Informe de música digital 2012” emitido por la Asociación Internacional de la Industria de la Grabación, la proporción de música online en China es del 71% y la tasa de piratería es del 99%. China necesita tomar acciones a largo plazo contra la piratería.

Aunque el momento en que la música online apareció en China se remonta al final de la década de 1990, su desarrollo comercial a escala ha sido en los últimos años, impulsado por factores como las políticas, el entorno musical y el capital. Desde 2010, China ha llevado a cabo la “Sword Net Action”, que se supone que lucha contra la piratería en línea e implementa la protección de la propiedad intelectual. En 2015, el gobierno lanzó la acción más severa contra la piratería online, y sucesivamente introdujo una serie de políticas para proteger los derechos e intereses legítimos de la música genuina. Bajo el estricto control de la política, el fenómeno de la piratería de música online se ha mejorado de manera efectiva y se sentarán las bases para un desarrollo comercial saludable y a gran escala.

A continuación, se repasa el desarrollo de la música online en China.

Debido al bajo costo de producción, muchos creadores graban canciones originales a través de varios *software*, lo que resulta en una serie de canciones populares en línea. En 2004, lanzaron dos canciones populares online: una era “Los Ratones Aman el Arroz (en chino: 老鼠爱大米)”⁴¹ y la otra era “Lila (en chino: 丁香花)”. La melodía y el arreglo de estas dos canciones son simples, el equipo de grabación es simple y no hay postproducción, pero son populares en todo el país. Desde entonces, la música en línea de China se ha desarrollado rápidamente. Muchas canciones se han vuelto populares rápidamente por la transmisión online, y algunos músicos originalmente desconocidos se han convertido populares de la noche a la mañana. Las plataformas online ha sido un canal indispensable para la distribución y promoción de música. Además de la música hecha por cantantes libres, los cantantes firmados por compañías discográficas también han comenzado a lanzar canciones online.

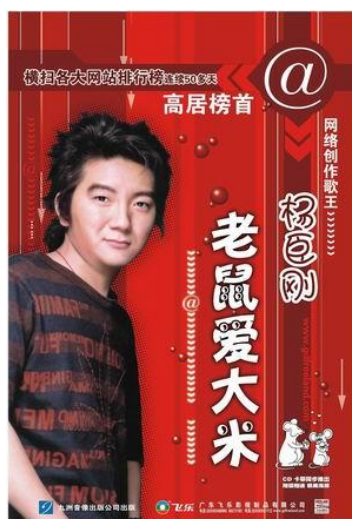


Figura 5 *Los Ratones Aman el Arroz*
(Fuente: Sohu⁴²)

⁴¹ Es la canción campeona anual de MP3 de 2004 seleccionada por el motor de búsqueda chino más grande del mundo "Baidu", y se encontró entre las "Diez palabras clave online de China de 2004".

⁴² La imagen proviene del artículo “杨臣刚《老鼠爱大米》成为全年冠军金曲” (traducción al español: *La canción 'Los ratones aman el arroz' de Yang Chengang fue la canción más exitosa del año*) publicado en Sohu, escrito por 搜狐音乐, el 2 de enero de 2005. Enlace de referencia: <http://music.yule.sohu.com/20050102/n223755488.shtml>

Según el “Informe de investigación del mercado de música digital de China para el primer semestre de 2020” de BigData-Research, el proceso de desarrollo del mercado de música online de China se divide en cinco etapas, a saber, el período de nacimiento, el período de crecimiento, el período de transformación, el período de desarrollo rápido y el período de madurez:

“a) período de nacimiento (1999-2003). Desde 1999, se han establecido 9ting Music Network y otros sitios web, y la música digital de China ha comenzado oficialmente, brindando a los internautas chinos las primeras funciones de prueba y descarga gratuitas. En mayo de 2003, China Mobile lanzó el servicio CRBT (coloring ringback tone, en español: colorante tono de llamada). CRBT ha cambiado la forma de consumo de música del álbum completo a la forma de consumo de una sola canción, reduciendo en gran medida el costo de consumo y el costo de distribución de música digital.

b) período de crecimiento (2004-2009). Desde 2004, los sitios web de música como Kugou y Kuwo se han lanzado uno tras otro, y las necesidades de los usuarios han cambiado gradualmente de la escucha en línea a la descarga. Después de 2008, los operadores móviles desplegaron servicios de descarga 3G y todo el mercado se desarrolló rápidamente.

c) período de transformación (2010-2015). El mercado de la música digital de China finalmente ha creado una situación en la que los gigantes musicales de Ocean Music (Kugou y Kuwo), Tencent (QQ Music) y Ali (TTPod y Xiami⁴³) coexisten y compiten. NetEase Cloud Music también está entre ellos. Desde 2013, una gran cantidad de sitios web han cerrado por razones de derechos de autor, las principales compañías discográficas y varios proveedores de servicios de música en línea han cooperado para

⁴³ Xiami Music fue un sitio web y una aplicación móvil china que ofrece recomendaciones, lanzamientos, servicios de descarga de música. En 2013, fue adquirido en su totalidad por Alibaba Group. En 2021, Xiami Music anunció oficialmente que debido a los ajustes comerciales, cerraría sus servidores a partir de la 0:00 del 5 de marzo de 2021.

proporcionar a los usuarios servicios personalizados, y toda la industria ha comenzado a explorar nuevos modelos comerciales.

d) período de desarrollo rápido (2016-2020). En 2016, Tencent y Ocean Music se fusionaron para formar New Music Group. Ese mismo año, el mercado de la música digital comenzó a buscar modelos de consumo de música.

e) período de madurez (2021-). La importancia de la música digital en la industria musical es prominente. El modelo de comercio de la música digital se madura gradualmente. Además de las formas de distribución y consumo, los métodos de producción han sido introducidos en el campo digital, promoviendo un círculo virtuoso del mercado de la música” (BigData-Research, 2020: 4. Traducción propia).

3.6. Música independiente bajo el telón de fondo de la música digital

Con el crecimiento del grupo de músicos independientes en China y el aumento de su popularidad social, las plataformas de música en línea actuales han comenzado a promover gradualmente la cooperación con músicos independientes. A diferencia del modelo tradicional de las compañías discográficas, las plataformas de música en línea no son los “empleadores” de los músicos independientes, y la relación entre ellos es flexible y cooperativa. Este tipo de cooperación está determinada por la necesidad de la optimización de la imagen de marca, la actualización del modelo de ganancias y la optimización e integración de recursos de las plataformas en línea.

Las cuatro plataformas de música en línea que han cooperado con músicos independientes desde el principio son QQ Music, NetEase Cloud Music, Xiami Music y Douban. Estas cuatro plataformas tienen intentos más diversos y profundos en cooperación con músicos independientes y han establecido una enorme biblioteca de recursos para músicos independientes.

Los músicos independientes producen y distribuyen música digital de forma independiente y tienen derechos de autor de música relativamente independientes.

Tienen una gran independencia en la elección de estilo de música, forma de desempeño y plataforma de lanzamiento. Pueden compartir sus obras musicales originales con un gran número de usuarios a través de los canales abiertos proporcionados por las plataformas en línea, realizando la comunicación de marca personal y la adquisición de fans.

Al mismo tiempo, las plataformas pueden mantener actualizada su propio depósito de música. Además, estas plataformas de música en línea proporcionan datos para los músicos. Al analizar los datos, los músicos independientes pueden encontrar una cierta referencia para su propio posicionamiento, marketing de *fans* y otras acciones. Las plataformas de música en línea también obtienen una gran cantidad de información exclusiva con la ayuda de muestras de músicos, lo que sienta las bases para el desarrollo y el marketing de precisión de la plataforma. La plataforma abierta y el mecanismo de intercambio de datos han facilitado la cooperación entre músicos independientes y plataformas de música en línea.

Aunque las plataformas online traen muchas oportunidades tanto para el desarrollo de la música independiente como para el desarrollo de otros géneros de la música popular, la música independiente se enfrenta al problema de piratería. Por un lado, la era de la información digital ha aumentado la posibilidad de que se vean obras musicales, por otro lado, también ha aumentado la dificultad de los músicos para proteger su propiedad intelectual. Para las obras musicales independientes, el núcleo de los derechos de autor es respetar la independencia y originalidad de la música independiente. A fin de lograr el propósito de la protección de propiedad intelectual, no solo es necesario fortalecer la educación pública sobre los derechos de autor, sino que tampoco puede prescindir del apoyo profesional de las organizaciones de servicios de derechos de autor existentes.

Parte II. Análisis

Capítulo 4. Creación de la música independiente en China

En esta tesis, se discute la creación de la música independiente en dos etapas que son: la segunda mitad de los años 90 del siglo XX hasta la primera década del siglo XXI y después del año 2010. Antes de esto, analizaremos primero la creación del *rock* de la primera mitad de los años 90 y de las canciones *folk* del campus de los años 90, con el objetivo de, a través de la comparación con el período anterior, mostrar las características y los temas de la creación de la música independiente centrada en los estilos de *rock* y *folk*.

4.1. Nostalgia por la edad de oro del *rock* (la primera mitad de los años 90)

En general, se considera que la música independiente china comenzó con la aparición de la música *rock*. Esta tesis selecciona cuarenta canciones de *rock* chino representativas de este período como objetos de investigación textual, que son de Cui Jian, Zhang Chu, Dou Wei, He Yong, Tang Dynasty, Black Panther, Zheng Jun y Cobra para investigar las características de creación de *rock* en esta época, concretamente el nivel educativo musical de los autores, las características musicales y los temas de sus obras.

Tabla 3-1 Canciones de *rock* de la primera mitad de los años 90

Artista	Álbum	Canciones	Año de lanzamiento
Cui Jian 崔健	<i>Rock 'N' Roll en la Nueva Larga Marcha (新长征路上的摇滚)</i>	<i>Rock 'N' Roll en la Nueva Larga Marcha (新长征路上的摇滚)</i>	1989
		<i>Nada a Mi Nombre (一无所有)</i>	
		<i>Chica de Invernadero (花房姑娘)</i>	
	<i>Huevos Bajo la Bandera Roja (红旗下的蛋)</i>	<i>Huevos Bajo la Bandera Roja (红旗下的蛋)</i>	1994
Zhang Chu 张楚	-	<i>Querida Hermana Mayor (姐姐)</i>	1990
	<i>Un Hombre Solitario Es Vergonzoso (孤独的人是可耻)</i>	<i>Un Hombre Solitario Es Vergonzoso (孤独的人是可耻)</i>	1994

	的)	的)	
		<i>Hormigas (蚂蚁蚂蚁)</i>	
He Yong 何勇	<i>Basurero (垃圾场)</i>	<i>Basurero (垃圾场)</i>	1994
		<i>Chica Bonita (姑娘漂亮)</i>	
		<i>Torres de Campana y Tambor (钟鼓楼)</i>	
Dou Wei 窦唯	<i>Sueño Negro (黑梦)</i>	<i>En Un Sueño Negro (黑色梦中)</i>	1994
		<i>Sueño de Miseria (悲伤的梦)</i>	
		<i>¡Sé Bueno, Chico! (噢！乖)</i>	
		<i>El Animal Superior (高级动物)</i>	
		<i>Dios Me Bendiga (上帝保佑)</i>	
	<i>Días Soleados (艳阳天)</i>	<i>Días Soleados (艳阳天)</i>	1995
		<i>Afuera de la Ventana (窗外)</i>	
Black Panther 黑豹乐队	<i>Black Panther I (黑豹 I)</i>	<i>Ningún Lugar Donde Esconderme de Mi Vergüenza (无地自容)</i>	1991
		<i>Déjame en Paz (别来纠缠我)</i>	
		<i>Don't Break My Heart</i>	
Tang Dynasty 唐朝乐队	<i>Tang Dynasty (唐朝)</i>	<i>Un Regreso de Ensueño a la Dinastía Tang (梦回唐朝)</i>	1992
Zheng Jun 郑钧	<i>Pasión Desnuda (赤裸裸)</i>	<i>Pasión Desnuda (赤裸裸)</i>	1994
		<i>Volver a Lhasa (回到拉萨)</i>	
		<i>Cenicienta (灰姑娘)</i>	
Cobra 眼镜蛇乐队	<i>Cobra (眼镜蛇)</i>	<i>Paraíso Mio (自己的天堂)</i>	1996

Vale la pena mencionar que el álbum *Rock 'N' Roll en la Nueva Larga Marcha*, de Cui Jian, es el primer álbum de *rock* en China. Con la formación del mercado de consumo cultural, la música *rock* en China continental alcanzó un pico en la publicación de álbumes en el desarrollo de la primera mitad de la década de 1990. Cui Jian lanzó tercer álbum *Huevos Bajo la Bandera Roja* en 1994. En 1991, la banda Black Panther publicó el álbum *Black Panther I*. En 1992, Tang Dynasty publicó el álbum *Un Regreso de Ensueño a la Dinastía Tang*. En 1996, Cobra lanzó su álbum *Cobra*. Las canciones seleccionadas de estas tres bandas en esta de tesis son de estos tres álbumes.

Además de estas bandas, un grupo de cantautores destacados lanzaron sucesivamente sus propios álbumes individuales. En 1994, Dou Wei, Zhang Chu y He Yong lanzaron sus álbumes y cantaron unas canciones propias en el concierto en el Hong Kong Coliseum. El álbum de Dou Wei se llama *Sueño Negro*, el álbum de Zhang Chu se llama *Un Hombre Solitario Es Vergonzoso* y el álbum de He Yong se llama *Basurero*. Dou Wei lanzó su segundo álbum *Días Soleados* en 1995. Zheng Jun también publicó su primer álbum *Pasión Desnuda* en 1994.

Al principio de los años 90, la música *rock* en China no fue independiente en aquel entonces. Sus creadores presentaron características de élite. Algunos de los roqueros nacieron en familias artísticas, es decir, sus padres trabajaron en el mundo de la música. Entre los “Tres Maestros de Magic Stone”, Dou Wei y He Yong habían recibido la influencia artística de su familia desde la infancia. Otros roqueros aprendieron diferentes instrumentos musicales desde pequeños. Cui Jian era trompetista profesional. Los miembros de la banda Cobra podían tocar varios instrumentos musicales como piano, dulcémele, violoncelo y flauta. Zheng Jun era estudiante universitario. Los roqueros de la banda Black Panther y la banda Tang Dynasty también recibieron educación musical en diferente medida.

4.1.1. Características musicales del *rock* en la primera mitad de los años 90

A principios de los años 90 del siglo XX, la música *rock* de China continental produjo gradualmente obras originales que tienen sus propias características musicales que incluyen principalmente tres aspectos:

- a) el *rock* combinó una variedad de estilos musicales como *hip-pop*, *reggae*, *pop*, etc. Junto con la música *rock*, otros estilos musicales del mundo occidental entraron en China en los años 80, así que los autores del *rock* chino fueron influenciados e inspirados por varios estilos.
- b) las obras se centraron en la melodía (Zhang, 2016: 23). Después de que la música *rock* fue conocido en China en los años 80, los roqueros prestaron más atención al ritmo. Se nota que las canciones de Cui Jian en los años 80 tienen

ritmo fuerte. Sin embargo, al entrar en los años 90, la música *rock* en China destacó por su melodía.

c) aplicaron los elementos musicales tradicionales chinos, por ejemplo los instrumentos musicales (Zhang, 2016: 22) y la ópera tradicional. La auténtica música *rock* occidental se suele cantar con la ayuda de cuatro instrumentos: guitarra, bajo, batería y teclado. Durante este período, las bandas y cantantes de *rock* chinos, además de aprender y tomar prestado de este modelo, también agregaron muchos instrumentos tradicionales chinos a la orquestación, como el *gong*⁴⁴, el *dizi*⁴⁵ y el *sanxian*⁴⁶. En las canciones de Cui Jian, también absorbió las características de canciones revolucionarias.

En 1989, Cui Jian publicó el álbum *Rock 'N' Roll en la Nueva Larga Marcha*. En cuanto a elementos musicales, Cui Jian agregó algunas adaptaciones de la canción revolucionaria a la canción “*Rock 'N' Roll en la Nueva Larga Marcha*”, el inicio de la canción “*uno, dos, tres, cuatro*” y los gritos de “*uno, dos, tres, cuatro, cinco, seis, siete*” de la parte del estribillo están reproduciendo el grito de marcha del Ejército Rojo en la Gran Marcha. Este grito, junto con el acompañamiento instrumental, fortalece el ritmo de toda la canción. Al mismo tiempo, el rap también se usa en esta canción. En la canción “*Huevos Bajo la Bandera Roja*”, publicada en 1994, Cui Jian también aplicó el elemento de canción revolucionaria. Añadió la música de la revolucionaria canción “*Sobre Pilotes* (en chino: 踩高跷)” tocada por el saxofón. El ritmo de esta canción es extremadamente complejo, los sonidos de saxofón, guitarra y tambor están densamente agrupados. El ritmo de esta canción también es muy fuerte, incluso el rap de Cui Jian.

⁴⁴ En China, el *gong* es un instrumento de percusión tradicional, y también se ha extendido a otras áreas del círculo cultural del carácter chino. Debido a que está hecho de cobre, también se le llama *gong* de cobre. La canción “Un regreso de ensueño a la dinastía Tang” utilizó un gran *gong*. El sonido del gran *gong* es fuerte y su intensidad varía mucho.

⁴⁵ El *dizi* es una flauta transversal china. Es un importante instrumento musical chino que se usa ampliamente en muchos géneros de música folclórica china, ópera china, así como en la orquesta china moderna.

⁴⁶ El *sanxian* es un laúd chino tradicional de tres cuerdas. Su cuerpo está hecho tradicionalmente de piel de serpiente estirada sobre un resonador rectangular redondeado.

En 1991, el primer álbum de la banda de Tang Dynasty, es decir, *Un Regreso de Ensueño a la Dinastía Tang* fue producido por la compañía Rock Records de Taiwán. La voz alta de octava del cantante principal y la orquestación colorida hicieron que sus canciones fueran muy poderosas. Agregaron muchos elementos tradicionales chinos a la orquestación, por ejemplo el *gong* y el tambor chino en la canción “Un Regreso de Ensueño a la Dinastía Tang”. Además, utilizaron una melodía de ópera china en la melodía de esta canción mencionada.

Cuando la banda Black Panther publicó su primer álbum, Dou Wei fue el cantante y compositor y se fue de la banda en 1992. Por eso, las tres canciones de Black Panther seleccionadas “Ningún Lugar Donde Esconderme de Mi Vergüenza”, “Déjame en Paz” y “Don’t Break My Heart” también son creadas por Dou Wei. El álbum *Black Panther I* fue muy popular en aquel época, prestó más atención en la melodía que en el ritmo. Después de salir de la banda, el estilo musical de Dou Wei había cambiado mucho.

En 1994, Dou Wei lanzó oficialmente su álbum *Sueño Negro*. En este álbum, el autor abandonó la forma de *rock and roll* del período de “Black Panther” y comenzó a buscar algunas formas de música completamente nuevas que estaban más en línea con su personalidad y métodos de expresión. Las canciones “En Un Sueño Negro”, “Sueño de Miseria”, “¡Sé Bueno, Chico!”, “El Animal Superior” y “Dios Me Bendiga” en esta tesis pertenecen a este álbum. Entre ellas, “¡Sé Bueno, Chico!” es su exitosa prueba de *hip-pop* y *reggae*. Toda la canción es como hablar con uno mismo, revertir la escena real de la vida diaria. Dou Wei cambia entre diferentes roles y diferentes entornos en la canción, con diferentes niveles pero coordinación unificada. La orquestación del *dizi* se suma al preludio, interludio y monólogo. Dou Wei lanzó su segundo álbum *Días Soleados* en 1995. Este álbum marca el comienzo de su exploración de la música experimental y la música ambiental.

En 1994, el álbum *Un Hombre Solitario Es Vergonzoso* de Zhang Chu publicó. En la canción “Hormigas”, Zhang Chu aplicó el estilo *reggae*. El alegre ritmo de la música *reggae* le da a esta canción un aire festivo, como si innumerables hormigas bailaran en

el aire. En la actuación, esta canción también incluye el *dizi*, agregando una atmósfera animada.

Basurero, de He Yong, es un álbum de música de estilo punk. Vale la pena mencionar que en el preludio de “Torres de Campana y Tambor” hay un segmento en solitario de *sanxian*, interpretado por el padre de He Yong. Es también un ejemplo de la combinación de música *rock* e instrumento musical tradicional chino.

Igualmente, en la canción “Cenicienta”, Zheng Jun utilizó el *bawu* en el preludio, que es un instrumento musical que probablemente se originó en la provincia de Yunnan en el suroeste de China. En otra canción “Volver a Lhasa”, Zheng Jun añadió la melodía de música *folk* original de la zona tibetana.

4.1.2. Temas principales del *rock* en la primera mitad de los años 90

A través de analizar la letra de las canciones seleccionadas, la autora de la presente tesis concluyó que el *rock* de China en la primera mitad de los años 90 abarca los siguientes temas.

Desilusión del idealismo:

El primer tema es la desilusión del idealismo (Li, 2009: 165). La sociedad en los grandes cambios estaba en un estado de pérdida de dirección y no tener nada. Las obras representativas son principalmente obras de Cui Jian. Debido a que Cui Jian experimentó el cambio entre dos épocas, sus obras eran idealistas y simbólicas por los antecedentes históricos. Cui no solo tenía la energía para la reforma, sino también el recuerdo de la revolución, lo que es algo que los cantantes posteriores no tuvieron, y se convirtió en el motor de Cui Jian para generar críticas continuas durante el período de Reforma y Apertura. En los años 90, los roqueros debutaron en el desarrollo de la economía de mercado, en lo que también se vieron las dificultades encontradas por el idealismo en la década de los 80. Aunque perdieron la marca de colectivismo de Cui Jian, mantuvieron su crítica social.

Tomamos la canción “*Rock ‘N’ Roll en la Nueva Larga Marcha*” de Cui Jian como ejemplo. Desde la expresión de la letra, las primeras dos frases (*He oído hablar, pero nunca he visto veinticinco mil millas. Algunos hablan de eso, pero nunca lo hicieron, ¿cómo saben que es difícil?*) expresa directamente el recuerdo de la Gran Marcha de un joven en la “era posrevolucionaria”. Mientras recordaba el pasado, este joven también trató de encontrar la dirección de su “yo” (*Solo me concentro y sigo adelante en una búsqueda por mí mismo*). Aunque todavía no sabía qué hacer ni adónde va (*Caminando aquí, caminando allá sin destino*), su sonoro grito de marcha demostró que este joven no paraba de avanzar.

En la canción “Huevos Bajo la Bandera Roja”, publicada en 1994, de Cui Jian, la “bandera roja” es una imagen revolucionaria. El “huevo” significa la vida. El “huevo bajo la bandera roja” es una identidad de Cui Jian en la década de 1990. Si la canción “*Rock ‘N’ Roll en la Nueva Larga Marcha*” es ideal, esta canción empezó a enfrentarse con la realidad. En el continente en la década de 1990, “*El dinero está flotando en el aire. No tenemos ideales*” es una descripción general: los ideales se han perdido y la lógica del capital se ha apoderado de la corriente principal.

Las canciones de la banda Tang Dynasty son literarias y están llenas de colores caballerescos, poéticos y heroicos. Aplicó la estructura de poesía clásica china. Sin embargo, a través de la letra de sus canciones, también notamos la desilusión del idealismo. En un sueño de “regreso a la dinastía Tang”, una ilusión de prosperidad surge frente a la gente (*La luna se refleja en la copa esta noche. Los hombres aran, las mujeres tejen, la ruta de la seda activa. La luna se refleja en la copa esta noche. Abundantes productos de la tierra y talentos*). Sin embargo, “*cuando me enfrento a este desierto de Gobi, siento que mi corazón está en altibajos. Dime, ¿de dónde venimos? ¿quiénes somos? ¿qué estamos haciendo? Dime, ¿por qué estamos ocupados pero no sabemos a dónde ir?*”⁴⁷

⁴⁷ Letra de la canción “Sol” de Tang Dynsaty. Traducción propia.

A diferencia de Cui Jian, Dou Wei, Zhang Chu y He Yong no tenían experiencia de crecimiento durante el período revolucionario, por lo que su crítica de la realidad se centró en la falta de ideales de la gente y la confusión sobre la vida en los drásticos cambios de la sociedad. La canción “Querida Hermana Mayor” hizo famoso a Zhang Chu en 1991. En esta canción, Zhang Chu no rehuyó cantar la torpeza y alienación del “yo” en este mundo (*Sé que estoy parado entre la multitud, muy estúpido*) y dicha alienación viene de una familia patriarcal (*Mi padre es un idiota cuando siempre bebe. Antes de morir ya no estará triste, sin más puños*). Para “mí”, la hermana mayor es amable pero también sufrió mucho (*Querida hermana, veo las lágrimas en tus ojos. Quieres olvidar quién es el hombre que te insultó*). En esta canción, un adolescente errante y una hermana herida anhelan algo cálido y estable que se refiere a la “casa” (*¡Oh hermana!, quiero ir a casa. Toma mi mano. Tengo un poco de sueño. ¡Oh hermana! llévame a casa. Toma mi mano. No tienes que tener miedo*). La transformación de la economía de mercado siguió profundizándose en la década de 90, y un enorme mercado capitalista también trajo gran ansiedad, esperanza y confusión. “Quiero ir a casa” es el grito del idealismo al final de los años 80. Esperanza y ansiedad convivían en una visión desconocida.

Escenario de la transición de la época al capitalismo y materialismo:

El segundo tema del *rock* en China en este período es el escenario de la transición de la época al capitalismo y materialismo (Li, 2009: 166). En las canciones de Zhang Chu y He Yong, se puede encontrar contenidos relacionados.

En 1994, el álbum *Un Hombre Solitario Es Vergonzoso* de Zhang Chu empezó a mostrar individuos diferentes que el “yo” en la canción “Querida Hermana Mayor”. Después de que el idealismo en la década de 1980 retrocediera gradualmente, surgió una sociedad real. En esta sociedad real, el desarrollo de la economía fue convirtiéndose en la base del amor (*Esta es una temporada de amor. El aire huele a enamorados*). La imaginación ilusoria, espiritual y poética del amor es vulnerable al capital, por lo que un hombre solitario que tiene fantasías sobre el amor puro es “vergonzoso”. Esta canción expresa los sentimientos de una persona común. Y la

canción “Hormigas” trata sobre personas que son tan pequeñas y ordinarias como las hormigas, pero que viven una vida colorida. La humanidad que parte de la supervivencia, no de los ideales, se extiende a partir de esta canción.

Trescientos sesenta y cinco días en un año se dividen en cuatro estaciones.

Los cereales son cacahuetes, azufaiya, lágrimas y hijo.

Sueño despierto con la hija del vecino, escucho la radio.

Echa un vistazo a mis ideales, todavía están enterrados en el suelo.

(Letra de “Hormigas”. Traducción propia)⁴⁸

En el álbum *Basurero*, de He Yong, podemos distinguir claramente la inocencia, la sencillez y la vida cálida. Al mismo tiempo, este álbum revela una fuerte emoción dual de construcción y subversión. “*Las personas trabajadoras en el pequeño restaurante son compañeros de otros lugares*” (“Torres de Campana y Tambor”). La chica bonita quiere un coche y un bungalow, pero “*solo tengo una cama crujiente*” (“Chica Bonita”). Todo esto sucedió en el contexto del momento cuando la economía desarrollaba rápidamente. La conciencia humanista en este álbum está saltando y balanceándose. En los trágicos pensamientos de alguien que pierde peso, alguien que se muere de hambre (“Basurero”: *Alguien adelgaza. Alguien murió de hambre sin comida*), que tiene novia o que cría a un perro (“Chica Bonita”: *¿Debería tener una novia o un perro?*), no digiere el sufrimiento de la vida, pero está ansioso por encontrar una manera de desahogarse.

Juventud: amor, sexo y autoconciencia:

El tercer tema se trata de la juventud que suele expresar el amor o el sexo y la autoconciencia (Li, 2009: 167). Cui Jian le dijo a la “Chica de Invernadero”: “*Me llevas a tu invernadero. Estoy intoxicado por la fragancia. Y sin darme cuenta me*

⁴⁸ Canción original en chino: 蚂蚁蚂蚁

Los versos: 一年三百六十五天分了四季 / 五谷是花生红枣眼泪和小米 / 想一想邻居女儿听听收音机 / 看一看我的理想还埋在土里

Artista: 张楚 Álbum: 孤独的人是可耻的 (1994)

olvido de mi (¡oh!) destino". Las canciones del álbum *Black Panther I* centraron en el tema de la pérdida de amor (Ningún Lugar Donde Esconderme de Mi Vergüenza: *Es innecesario preocuparte mucho. No te amargues. Algún día me dejarás. Don't break my heart: Nunca pensé que terminaríamos así. No estoy seguro. Solo recuerdo nuestra promesa e impulso una y otra vez*).

Las obras de Zheng Jun centraron en la experiencia individual de la vida. "Pasión Desnuda" mostró un amor con mucha pasión (*Mi amor está desnudo. Me haces fanático involuntariamente*). "Volver a Lhasa" expresó su anhelo por la libertad y la pureza (*Un corazón puro flota en el cielo puro. No hay necesidad de preocuparse por mañana y no hay necesidad de preocuparse por hoy. Vamos, volvamos juntos a Lhasa, nuestra casa, donde hemos estado fuera durante mucho tiempo*). Ni siquiera había estado en Lhasa cuando estaba componiendo esta canción. Otra canción de Zheng Jun, "Cenicienta", fue una carta de amor a su exesposa.

Sentido de distancia a la realidad:

El cuarto tema del *rock* en China de esta época es sobre un sentido de distancia a la realidad. En una sociedad que atraviesa cambios drásticos, el "yo" no tiene dónde ubicarse, ni siquiera en los sueños.

En 1994, Dou Wei lanzó oficialmente su álbum *Sueño Negro*. "En Un Sueño Negro" es la canción que resalta el tema del álbum que revela un color psicodélico negro y expresa los gritos y luchas inútiles desde el medio de la noche (*Me voy a dormir en un sueño negro. No hay nada malo y correcto en el sueño. Hay paz y peligro en el sueño. Estoy hablando tonterías en los tiempos de sueño. Me sentiré aliviado cuando me despierte. No lo sé, no puedo decir nada*). Además del sueño negro, también "sufro" un "Sueño de Miseria" en lo que "no entiendo y tengo muchas dudas". "¿Dónde está la felicidad?" mientras que "El infierno y el cielo están juntos en el mundo" (Letra de la canción "El Animal Superior").

Dou Wei publicó su segundo álbum *Días Soleados* en 1995. A diferencia de la amarga lucha y búsqueda de *Sueño Negro* en la soledad y la depresión, *Días Soleados*

entra en un estado claro, remoto, pausado y cómodo (“Días Soleados”: *No me hagas intranquilo. Es difícil para distinguir el bien del mal. Mil años de vicisitudes, sin más arrepentimientos*). El autor empezó a mirar “Afuera de la Ventana” (*Vi volar la brisa de la tarde y la belleza del arco iris*). Sin embargo, al mismo tiempo, el “yo” está más lejos de la realidad.

La banda Cobra publicó su primer álbum *Cobra* el día 1 de enero de 1996, así que las canciones de este álbum fueron creadas en los años anteriores desde el establecimiento de la banda en 1989. “Paraíso Mío” expresa el escape de la realidad (*No necesito ser como vosotros. No necesito dinero para comida y ropa. No necesito ser como ellos. No necesito una cama para dormir. Como un tonto, tengo mi propio paraíso*).

En conclusión, en los primeros años de los 90 del siglo pasado, el *rock* en China tienen cuatro temas principales que son: la desilusión del idealismo; el escenario de la transición de la época al capitalismo y materialismo; la juventud que suele expresar el amor o el sexo y la autoconciencia; un sentido de distancia a la realidad. En aquel entonces, la mentalidad tanto de la gente común como de los intelectuales culturales cambió. La gente piensa en el problema de forma más realista. El desarrollo económico llevaba al desarrollo de la música *rock*. La música *rock* tiene que tratar los temas de la época, tanto de los fenómenos sociales como del estado psicológico de la gente.

Una cosa que no se puede ignorar es que la introducción de capital y modelos de negocios discográficos, especialmente de compañías discográficas en Hong Kong y Taiwán, promovió el vigoroso desarrollo de la música *rock* en China continental en ese momento. Al entrar a mediados de la década de 1990, después de que estos orígenes de capital se retiraron del mercado musical, o mejor dicho, inclinaron sus negocios al mercado de la música pop, el *rock* en China continental experimentó un rápido declive, y desde entonces se embarcó en el camino *underground* o de la música independiente.

4.2. Recuerdo en la torre de marfil: canciones *folk* del campus (los años 90)

Como se menciona anteriormente, la música *rock* y *folk* se califica como los principales componentes de la música independiente en China. En los años 80, las canciones *folk* del campus de Taiwán y la música country de Estados Unidos se introdujo en la China continental. Influenciadas por estos estilos musicales, en los años 90, las canciones *folk* del campus empezaron a ser populares entre los estudiantes universitarios. Como sugiere el nombre, las canciones *folk* del campus tienen características estéticas únicas con una vida juvenil o universitaria. Este tipo de música incorpora la frescura, la libertad, la improvisación y la facilidad de las canciones folklóricas tradicionales en nuevas creaciones. La melodía y el ritmo son simples, la letra es particularmente simple y natural, y el tema es cercano a la vida. La mayoría de estas canciones usan armónica, guitarra, piano, etc. como instrumentos de acompañamiento, creando una sensación de imagen.

El álbum *Canciones folk del campus 1* y el álbum *Canciones folk del campus 2* lanzado por Dadi Music en 1994 fue una señal de la popularidad de las canciones *folk* del campus en China continental. Estos dos álbumes contienen canciones populares de alto nivel entre los cientos de canciones populares producidas en el campus universitario desde 1983 hasta 1994. Después de que se lanzaron los álbumes, estas canciones se hicieron populares de inmediato en las universidades. Seleccionamos quince canciones de estos álbumes como ejemplo para investigar las características de este tipo de canciones y el desarrollo de ellas, que son las canciones “La Chica Sentada a Mi Lado (en chino: 同桌的你)”, “Amigo que Dormía en Mi Litera Superior (en chino: 睡在我上铺的兄弟)” y “Amante de Un Cantante Errante (en chino: 流浪歌手的情人)” compuestas por Gao Xiaosong y cantadas por Lao Lang, la canción “Juventud (en chino: 青春)” de Shen Qing, la canción “Empleado (en chino: 上班族)” compuesta por Gao Xiaosong y cantada por Ding Wei, la canción “Me Fui (en chino: 离开)” de Yu Dong y la canción “Casa Vieja (en chino: 老屋)”, compuesta por Yu Dong y cantada por Li Xiaodong. Además, seleccionamos otras cinco canciones creadas por Gao Xiaosong y cantadas por Lao Lang o Ye Pei del

álbum *Polvo En el Viento* (en chino: 恋恋风尘) en 1995 y el álbum *Juventud Sin Arrepentimientos* (en chino: 青春无悔) en 1996.

Los creadores de las canciones *folk* del campus también tienen características de élite como los roqueros en los primeros años de la última década del siglo pasado. Los autores representativos como Gao Xiaosong, Lao Lang, Shen Qing y Yu Dong eran estudiantes o graduados en diferentes universidades en Beijing.

Tabla 3-2 Canciones *folk* del campus seleccionadas de los años 90

Artista	Álbum	Canciones	Año de lanzamiento
Gao Xiaosong, Lao Lang 高晓松, 老狼	Canciones Folk del Campus 1 (校园民谣 1)	La Chica Sentada a Mi Lado (同桌的你)	1994
		Amigo que Dormía en Mi Litera Superior (睡在我上铺的兄弟)	
		Amante de Un Cantante Errante (流浪歌手的情人)	
	Polvo En el Viento (恋恋 风尘)	Polvo En el Viento (恋恋风 尘)	1995
Gao Xiaosong, Ding Wei 高晓松, 丁薇	Canciones Folk del Campus 1 (校园民谣 1)	Empleado (上班族)	1994
Gao Xiaosong, Lao Lang, Ye Pei 高晓松, 老狼, 叶蓓	Juventud Sin Arrepentimientos (青春无 悔)	Juventud Sin Arrepentimientos (青春无悔)	1996
Gao Xiaosong, Ye Pei 高晓松, 叶蓓		Los Años de Revolotear en Blanco (白衣飘飘的年代)	
Gao Xiaosong, Lao Lang 高晓松, 老狼		Eco (回声)	1996
		Luna (月亮)	1996
Shen Qing 沈庆	Canciones Folk del Campus 1 (校园民谣 1)	Juventud (青春)	1994
Yu Dong 郁冬	Canciones Folk del Campus 1 (校园民谣 1)	Me Fui (离开)	1994
Yu Dong, Li	Canciones Folk del	Casa Vieja (老屋)	1994

Xiaodong 郁冬, 李晓东	<i>Campus 2 (校园民谣 2)</i>		
Pu Shu 朴树	<i>Fui al 2000 (我去 2000)</i>	<i>Mis Flores (那些花儿)</i>	1999
		<i>Bosque de Abedules (白桦林)</i>	
Shuimu Nianhua 水木年华	<i>Te Tengo en Mi Vida (一生有你)</i>	<i>Te Tengo en Mi Vida (一生有你)</i>	2001

Como el *rock & roll* en esa época, las canciones *folk* del campus en la China continental experimentaron un auge de corta duración. Al final de la década de 1990, las canciones *folk* del campus ya tenían dificultades para sobrevivir. En 1999, Pu Shu publicó su primer álbum de *rock Fui al 2000*. Entre las canciones del álbum, “Mis Flores” describe puro romance juvenil que es una canción de *folk* del campus. “Bosque de Abedules” es una canción *folk* de Ucrania Soviética que describe una historia conmovedora de amor en la Segunda Guerra Mundial. Al entrar en este nuevo siglo, las canciones *folk* del campus ya no eran tan populares como en mitad de la década de 1990. El dúo Shuimu Nianhua⁴⁹ lanzó su álbum *Te Tengo en Mi Vida* en 2001 que marcó la última prosperidad de las canciones *folk* del campus.

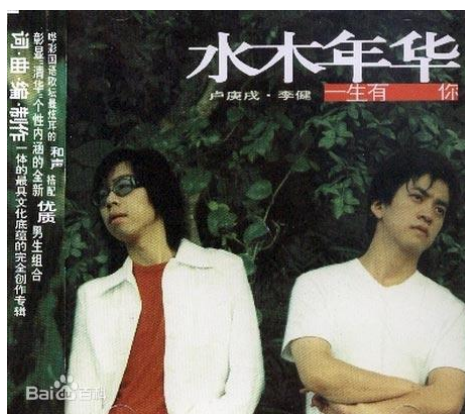


Figura 6 Álbum de Shuimu Nianhua: *Te Tengo en Mi Vida*
(Fuente: Baidu Baike⁵⁰)

⁴⁹ Literalmente, Shuimu Nianhua significa “edad del agua y la madera”. Al principio, los miembros principales fueron Lu Gengxu y Li Jian. En 2002, Li Jian se fue del dúo. Entonces Miao Jie y Yao Yong se unieron, el dúo se convirtió en un trío. En 2003, Yao Yong dejó el equipo y Shuimu Nianhua continuó desarrollándose en forma de dos miembros. Todos los miembros de Shuimu Nianhua son graduados en la Universidad Tsinghua.

⁵⁰ Enlace: <https://baike.baidu.com/pic/一生有你/19222341/0/a1ec08fa513d26975f66192c5dfbb2fb4316d80d?fr=lemma&ct=single-aid=0&pic=a1ec08fa513d26975f66192c5dfbb2fb4316d80d>

4.2.1. Características musicales de las canciones *folk* del campus

En concreto, las características musicales de las canciones *folk* del campus se pueden analizar a partir de los siguientes dos aspectos: primero, la melodía es suave y natural, lo que también coincide con su estilo de letra; segundo, persiguen la pureza y la sencillez en forma de interpretación, que se refleja principalmente en los tipos simples de instrumentos musicales como guitarra y armónica. El autor más representativa es Gao Xiaosong.

La melodía de las canciones *folk* del campus de Gao Xiaosong en 1994 es hermosa y suave, con pequeñas fluctuaciones, y el ritmo es compacto y regular. El acompañamiento también persigue efectos sencillos y suaves, y sobre todo utiliza la guitarra como instrumento de acompañamiento principal, sin habilidades vocales deliberadas. Tomamos la canción “La Chica Sentada a Mi Lado” como ejemplo: al comienzo de la música, la armónica se usa para tocar la introducción, y la melodía se toca principalmente con acompañamiento de guitarra, complementada con armónica para una interpretación decorativa. Más tarde, se agregan batería e instrumento de cuerdas a la orquestación para resaltar los cambios y llevar la música al clímax. La última parte repite la melodía con una voz humana tarareando. Los nebulosos recuerdos de la juventud y el campus soplan en la cara como el viento, que es un largo regusto.

Como “La Chica Sentada a Mi Lado”, la melodía de la canción “Amigo que Dormía en Mi Litera Superior” se toca principalmente con guitarra, armónica y piano. Después de la segunda parte, el ritmo se acelera que representa que los pedazos del pasado surgen de repente en el corazón del “amigo”. Los recuerdos siguen inundando e incluso hacen que la gente se sienta demasiado tarde para sentirse triste. Otras canciones como “Polvo En el Viento”, “Amante de Un Cantante Errante” y “Juventud Sin Arrepentimientos” de Gao Xiaosong tienen el estilo musical similar de “La Chica Sentada a Mi Lado”. La melodía y los instrumentos de estas canciones crean una atmósfera fresca, pero ligeramente sentimental, que lleva al oyente a la concepción artística representada por la letra.

En el campo musical de la China continental, se puede nombrar el año 1994 como el año de las canciones *folk* del campus. Sin embargo, después de que la popularidad de las canciones *folk* del campus alcanzó su cumbre en 1994, se cayó rápidamente. El álbum *Juventud Sin Arrepentimientos* en 1996 se convirtió en el capítulo final de las canciones *folk* del campus de Gao Xiaosong. Cabe mencionar que el estilo musical de las tres canciones “Los Años de Revolotear en Blanco”, “Eco” y “Luna” de este álbum es diferente del estilo de otras canciones compuestas por Gao Xiaosong seleccionadas, porque estas tres canciones fueron para recordar al poeta Gu Cheng quien se suicidó en 1993. El instrumento principal de estas canciones es el piano y la melodía es profunda. La voz humana transmite emociones tristes pero no excesivas.

En cuanto a otros creadores de las canciones *folk* del campus como Shen Qing y Yu Dong, su estilo musical no es tan destacado como lo de Gao Xiaosong, pero su tema también se trata del recuerdo de la juventud. Analizamos los temas de las canciones *folk* de campus en la siguiente parte. En 1999, las dos canciones “Mis Flores” y “Bosque de Abedules” de Pu Shu tienen el mismo estilo musical de las canciones de Gao Xiaosong. Al entrar en el nuevo siglo, el estilo de Shuimu Nianhua muestra una actitud ambigua frente a la música popular. Aunque los cantantes provienen del campus, el estilo de música ya se ha acercado al pop, perdiendo el estilo simple de las canciones *folk* del campus durante el período de Gao Xiaosong.

4.2.2. Temas de las canciones *folk* de campus

Además de las características musicales mencionadas anteriormente, las canciones *folk* del campus tienen otras dos características: primero, la letra es fresca y simple, narra las historias del campus que todos han experimentado o están experimentando, lo que fácilmente despierta la resonancia emocional de la audiencia; segundo, las canciones son sobrias y reservadas en la expresión emocional. Estas dos características se derivan principalmente del tema más importante de las canciones *folk* del campus, a saber, el recuerdo de la juventud. Concretamente, este tema de recuerdo de la juventud consiste en dos aspectos: el recuerdo de la vida en la torre de marfil y el recuerdo de la juventud en general. Además del tema del recuerdo de la

juventud, también tienen otros temas como la vida diaria de un empleado, el recuerdo de una época llena de ideales (“Los Años de Revolotear En Blanco”) y la promesa de un amor eterno (“Te Tengo en Mi Vida”).

En esta tesis se ha seleccionado dos canciones del recuerdo de la vida en la torre de marfil que son “La Chica Sentada a Mi Lado” y “Amigo que Dormía en Mi Litera Superior”, de Gao Xiaosong y Lao Lang. La letra de “La Chica Sentada a Mi Lado” es principalmente narrativa, entrelazando el pasado y el presente, la realidad y la imaginación, y conmueve al público. En pocas palabras, presenta a la audiencia los recuerdos, los arrepentimientos, los malentendidos y las emociones del protagonista.

*Tenías mucho cuidado
de pedirme prestado medio borrador.
También dijiste accidentalmente
que te gustaba estar conmigo.
En aquel entonces el cielo siempre era azul,
los días siempre eran demasiado lentos.
Siempre dijiste que la graduación estaría muy lejos,
pero en un abrir y cerrar de ojos estuvo la separación.
¿Quién te encontró sentimental?
¿Quién te consuela llorando?
¿Quién leyó la carta que te escribí
y la tiró al viento?*

(Letra de “La Chica Sentada a Mi Lado”. Traducción propia)⁵¹

La canción “Amigo que Dormía en Mi Litera Superior” habla sobre la amistad entre compañeros de dormitorio en la universidad.

⁵¹ Canción original en chino: 同桌的你

Los versos: 你从前总是很小心 / 问我借半块橡皮 / 你也曾无意中说起 / 喜欢和我在一起 / 那时候天总是很蓝 / 日子总过的太慢 / 你总说毕业遥遥无期 / 转眼就各分东西 / 谁遇到多愁善感的你 / 谁安慰爱哭的你 / 谁看了我给你写的信 / 谁把它丢在风里

Artistas: 高晓松/老狼 Álbum: 校园民谣 I (1994)

*Dijiste que
cada vez que ves a la puesta de sol
y cada vez que escuchas sonar la campana de la noche,
los pedazos del pasado surgirán en tu corazón
que es demasiado tarde para estar triste.*

(Letra de “Amigo que Dormía en Mi Litera Superior”. Traducción propia)⁵²

En el álbum *Canciones Folk del Campus 1*, la canción de Shen Qing “Juventud” también es muy popular, aunque no es tan popular como las canciones de Gao Xiaosong. Esta canción no presenta la vida universitaria sino la juvenil, pero también se trata del recuerdo hermoso del pasado. El recuerdo es la forma de expresión más personal, pero en las canciones *folk* del campus, esta forma más personal expresa las emociones de un grupo. El recuerdo se debe a la pérdida de la juventud y el amor. La canción “Juventud” canta la melancolía de la juventud con una melodía clara y una letra concisa (Juventud: *La juventud florece y se marchita. Me fatiga pero no me arrepiente. La lluvia y la nieve de todas las estaciones me hicieron hipnotizado y bastante demacrado*).

Además del recuerdo de la vida universitaria, Gao Xiaosong también creó canciones de otros temas. Por ejemplo, “Juventud Sin Arrepentimientos” y “Polvo En el Viento” son sobre el recuerdo del pasado que no tiene nada que ver con la vida en la universidad (Juventud Sin Arrepentimientos: *Después de que te vas, siempre está el canto de la juventud en la calle fría, y siempre hay gente repitiendo nuestras historias*. Polvo En el Viento: *Creo que las canciones que dejé de cantarte en la era del amor me harán pensar en ti a menudo en mi vida*). La canción “Empleado” describe la vida de un hombre que trabaja duro para mantener a su familia (*Tienes una casa, tu propia casa. Eres un hombre destinado a soportarla*). Las tres canciones “Los Años de

⁵² Canción original en chino: 睡在我上铺的兄弟

Los versos: 回头看夕阳红 / 每当你又听到晚钟 / 从前的点点滴滴会涌起 / 在你来不及难过的心里

Artistas: 高晓松/老狼 Álbum: 校园民谣 I (1994)

Revolotear En Blanco”, “Eco” y “Luna” del álbum *Juventud Sin Arrepentimientos* fueron para recordar al poeta Gu Cheng. En esa época, la poesía representó los ideales. La caída de los poetas significó en gran medida la caída del idealismo. La década de 1990 ha sido siempre considerada como una época en la que los ideales desaparecieron.

El movimiento de tu mano es el silencio antes del amanecer.

Finalmente no pude ver tu expresión en ese momento.

Agitaste tu mano justo cuando el sol atravesaba mis ojos.

Finalmente no pude escuchar si dijiste adiós.

(Letra de “Eco”. Traducción propia)⁵³

Las canciones creadas por Shen Qing y Yu Dong tratan del recuerdo de la juventud y el pasado.

Con un poco de deleite de vagar

me he ido para el viaje sin retorno.

Nadie insinúa el amargo sabor de la nostalgia

cuando era joven.

(Letra de “Juventud” de Shen Qing. Traducción propia)⁵⁴

⁵³ Canción original en chino: 回声

Los versos: 你挥一挥手正是黎明之前的寂静 / 我终于没能看清你那一瞬间的表情 / 你挥一挥手正好太阳刺进我眼睛 / 我终于没能听清你说的是不是再见

Artista: 叶蓓 Álbum: 青春无悔 (1996)

⁵⁴ Canción original en chino: 青春.

Los versos: 带着点流浪的喜悦 / 我就这样一去不回 / 没有谁暗示年少的我 / 那想家的苦涩滋味

Artista: 沈庆 Álbum: 校园民谣 I (1994)

El álbum *Fui al 2000*, de Pu Shu, publicado en 1999, es un álbum de *rock*, pero la canción *folk* del campus “Mis Flores” está incluidas en él, la que está influenciada por el estilo de Gao Xiaosong. Su tema es sobre el recuerdo del amor juvenil (*Pensé que estaría a su lado para siempre, pero estamos separados entre la multitud*). Aunque esta canción es muy popular, no ha salvado las canciones *folk* del campus de la caída.

Desde 1999, la educación superior ha ampliado continuamente el número de estudiantes matriculados (incluidos estudiantes de grado y posgrado). Los estudiantes universitarios han perdido las características de élite. Económicamente, el aumento de estudiantes universitarios ha provocado un desequilibrio entre la oferta y la demanda en el mercado laboral. El estudio y la vida en el campus han sido envueltos por una presión competitiva invisible. Los estudiantes ya no tenían el ánimo ni el tiempo para componer y apreciar las canciones *folk* del campus, lo que hizo que las canciones *folk* del campus perdiera la base de creación y audiencia.

Cuando el esplendor de las canciones *folk* del campus se convirtió irreversiblemente en un pasado, la aparición de Shuimu Nianhua pareció dejar que la gente viera la esperanza del resurgimiento de las canciones *folk* del campus. La canción “Te Tengo en Mi Vida” de su primer álbum lanzado en 2001 consiguió un cierto éxito entre los estudiantes universitarios. El tema de esta canción es de amor, pero no se trata de los recuerdos de amor puro juvenil sino una promesa de amor eterno, lo que es muy diferente al tema de las canciones *folk* del campus a mitad de los años 90. En cuanto a la orquestación y producción de esta canción, son más elaboradas, mostrando una fuerte comercialidad.

Tantas personas han admirado tu rostro cuando eres joven

¿Sabes quién está dispuesto a soportar los despiadados cambios de los años?

Tantas personas han venido e ido en tu vida

¿Sabes que estaré a tu lado toda mi vida?

(Letra de “Te Tengo en Mi Vida”. Traducción propia) ⁵⁵

⁵⁵ Canción original en chino: 一生有你.

En resumen, la generación, desarrollo y declive de las canciones *folk* del campus en China continental tienen una marca de una era específica. Las canciones *folk* del campus en Taiwán y la música country estadounidense nutrieron el nacimiento de las canciones *folk* del campus en el continente. El modelo comercial de la industria musical hizo que las canciones *folk* del campus fueran populares entre los estudiantes universitarios. Con el desarrollo de la sociedad y la economía, los estudiantes ya no son la fuerza de reserva de la élite social. La torre de marfil en el pasado ya no puede alimentar recuerdos sencillos y puros para que los estudiantes tengan pasión de crear y apreciar las canciones *folk* del campus. Además de las causas internas, la variación de los estilos de la música popular apresuró el declive de las canciones *folk* del campus.

Al llegar el nuevo siglo XXI, reemplazando a las canciones *folk* del campus, las canciones *folk* urbanas empezaron a ser la principal forma del *folk* chino. Sin embargo, no ha podido lograr la popularidad en el público como las canciones *folk* del campus. En este momento, la música *pop* en la lengua china (en general, la música *pop* en Hong Kong, Taiwán y países de habla china) ha ocupado el primer lugar en la industria musical en China continental. Como la música *rock*, el *folk* se convirtió activa o pasivamente en música independiente. Los autores, temas y las formas de interpretación de las canciones *folk* urbanas son muy diferentes que las canciones *folk* del campus. En la siguiente parte, analizamos la creación de *rock* y *folk* chino, así como la creación de otros estilos musicales como música independiente.

4.3. Reflujo elitista en la marea de la cultura popular: nacimiento de la música independiente en China (1995-2010)

Influenciado por la popularidad de la música *rock* en el medio de los años 90, una gran cantidad de bandas y músicos llegaron a Beijing, convirtiendo la ciudad en la

Los versos: 多少人曾爱慕你年轻时的容颜 / 可知谁愿承受岁月无情的变迁 / 多少人曾在你生命中来了又还 / 可知一生有你我都陪在你身边?

Artista: 水木年华 Álbum: 一生有你 (2001)

cuna del desarrollo de la música *underground* en China en los últimos años del siglo pasado. Luo Qian señala:

“Después de mediados de la década de 1990, bajo el cambio del entorno comercial y del mercado, las pasiones y los ideales de la mayoría de los músicos retrocedieron gradualmente y comenzaron a rechazar el mercado. La decadencia, la debilidad y la depresión son sinónimos de este período, y la música de vanguardia que la corriente principal no podía aceptar también se había desarrollado de forma *underground* y gradualmente se había distanciado de la corriente principal” (Luo, 2019: 13. Traducción propia).

Al mismo tiempo, con el desarrollo conjunto de músicos y sellos independientes, la música independiente se ha extendido y formado una forma cultural y artística rica y diversa.

Los músicos independientes suele referirse a músicos que no han firmado un contrato con ninguna compañía discográfica grande, graban y promocionan sus canciones por cuenta propia. En esta tesis, la mayoría de los autores que discutimos colaboran con los sellos independientes en la publicación y promoción, pero mantienen la independencia en la creación de obra. Ellos son el sujeto de creación de la música independiente. La mayor parte de la música creada por estos músicos es relativamente poco convencional. Tienen una comprensión única de sí mismos, del mundo y de la vida, y sobre esta base, forman ideas creativas y, finalmente, pueden expresarse precisamente en la forma de la música. Por lo tanto, tienen más libertad para desarrollar el sonido, la musicalidad u otros temas musicales emocionales que son poco conocidos por los oyentes convencionales. Es posible que la música que publiquen no brinde beneficios.

En este periodo que discutimos en esta parte, los creadores de la música independiente perdieron sus características elitistas. No eran como los creadores del *rock* desde mediados de 80 hasta mediados de 90 o los autores de las canciones *folk* del campus que provenían de familias musicales o eran estudiantes universitarios; una gran parte

de ellos vinieron de familias vulgares, e incluso, han experimentado abandono escolar, desempleo, vida *underground* y errante. Ellos no recibieron la formación musical profesional, mientras que empezaron su carrera musical desde muy jóvenes. Algunos músicos tuvieron otras profesiones para vivir, ya que la música no podía ganarles la vida.

Aunque Beijing se ha considerado como la cuna de la música independiente en China, desde del segundo quinquenio de los años noventa, surgieron muchos músicos y bandas en otras ciudades. Estos músicos y bandas fuera de Beijing presentaron sus propias características. Gracias a las culturas locales, los músicos y bandas de otras ciudades crearon sus obras combinando con el *folk* local, incluso cantaron en dialectos.

Considerando el estilo y la ciudad, se seleccionan veinte autores para investigar la música independiente en esta época, que son quince bandas y cinco individuos. Sus estilos abarcan *folk*, *rock*, *punk*, *grunge*, *hard-core*, *post-punk*, *post-rock*, *metal*, *britpop*, *dance-rock*, *nu-metal* e *hip-pop*. La mitad de ellos se desarrollan en Beijing. Otros vienen de diferentes partes en China, como Lanzhou y Xi'an del noroeste, Zhao Tong y Daliangshan del suroeste, Dalian del nordeste, Shijiazhuang del norte, Nanjing y Guangzhou del sur.

Tabla 3-3 Artistas seleccionados (1995-2010)

Artista	Nombre inglés o en pinyin	Estilo	Ciudad
野孩子乐队	Wild Children	<i>Folk</i>	Lanzhou
万能青年旅店	Omnipotent Youth Society	<i>Rock</i>	Shijiazhuang
新裤子乐队	New Pants	<i>Punk</i>	Beijing
脑浊乐队	Brain Failure	<i>Hard-core, Ska Punk</i>	Beijing
P.K.14	The Public Kingdom for Teens	<i>Post-punk</i>	Nanjing
腰乐队	Kidney	<i>Post-punk</i>	Zhaotong

二手玫瑰	Second Hand Rose	<i>Rock</i>	Beijing
惘闻乐队	Unknown Band / Wang	<i>Post-rock / Instrumental</i>	Dalian
	Wen	<i>rock</i>	
AK (AK47)	AK (AK47)	<i>Metal</i>	Beijing
果味VC	Super VC	<i>Britpop</i>	Beijing
低苦艾乐队	Low Wormwood	<i>Folk-rock</i>	Lanzhou
后海大鲨鱼	Queen Sea Big Shark	<i>Dance-rock</i>	Beijing
左右乐队	Left and Right Bands	<i>Nu-metal</i>	Beijing
黑撒乐队	Black Head	<i>Hip-pop</i>	Xi'an
五条人	Wu Tiao Ren	<i>Folk-rock</i>	Guangzhou
左小祖咒	Zuoxiao Zuzhou	<i>Rock</i>	Jianhu/Beijing
谢天笑	Xie Tianxiao	<i>Grunge</i>	Zibo/Beijing
万晓利	Wan Xiaoli	<i>Folk-rock</i>	Handan/Beijing
周云蓬	Zhou Yunpeng	<i>Folk</i>	Shenyang/Beijing
莫西子诗	Chunlin Mo	<i>Folk</i>	Daliangshan

Para analizar la creación de la música independiente en esta época, se seleccionan las siguientes cuarenta canciones, es decir, dos canciones de cada autor. Estas canciones permiten conocer las características musicales y los temas de la música independiente. Como se ha mencionado anteriormente, una gran parte de los autores de la música independiente de esta época era de familias vulgares, por lo que la música independiente perdió su característica de élite y se convirtió en una parte alternativa de la cultura popular. A diferencia de los autores del mercado musical principal, los creadores de la música independiente “tienen una percepción más sensible que otros grupos creativos, manifiestan las características culturales y psicológicas de grupos alternativos, en concreto, conciencia precursora, conciencia de misión y cuidado humanista, disponen de cualidades típicas como ‘descomercialización’, ‘desentrenamiento’ y ‘despopularización’” (Wang, 2015: 32. Traducción propia). Con este sentido señalado, la música independiente de China nació.

En la tabla siguiente, no se traduce los nombres ingleses originales al español. Si se pone los nombres o títulos en dos idiomas, inglés y chino, significa que tienen nombres oficiales en estos dos idiomas, o que en los medios extranjeros se puede encontrar el álbum o la canción correspondiente a través de dicho nombre en inglés. Si se pone solo en inglés, significa que tienen solo un nombre en inglés. Para los álbumes y las canciones que solo tienen nombre en chino, su nombre está traducido en español por la autora, y se pone en español y chino en esta tabla. Todas las letras son traducidas al español, a menos que sean letras en inglés originalmente.

Tabla 3-4 Canciones seleccionadas (1995-2010)

Artista	Álbum	Canción	Año
Wild Children 野孩子乐队	<i>Bajo el Puente</i> 大桥下面	<i>La Balada del Río Amarillo</i> 黄河谣	2004
		<i>Llanura de Tiele</i> 敕勒川	2014
Omnipotent Youth Society 万能青年旅店	<i>Omnipotent Youth Society</i> 万能青年旅店	<i>Matar al de Shijiazhuang</i> 杀死那个石家庄人	2010
		<i>Una Broma Desgarradora y Un Largo Ensueño</i> 揪心的玩笑与漫长的白日梦	2010
New Pants 新裤子乐队	<i>New Pants</i> 新裤子	<i>Emociones obsoletas</i> 过时	1999
	<i>Dragon Tiger Panacea</i> 龙虎人丹	<i>Bye Bye Disco</i>	2006
Brain Failure 脑浊乐队	<i>Turn on the DISTORTION!</i>	<i>Coming Down to Beijing</i>	2003
	<i>Downtown Production</i>	<i>Ambulance of love</i>	2009
P.K.14 / The Public Kingdom for Teens	<i>Quien Sea y Quien Sea</i> 谁谁谁和谁谁谁	<i>Noche de Insomnio e Impaciencia</i> 燥眠夜	2004
	<i>City Weather Sailing</i> 城市天气的航行	<i>Summer, After Summer</i> 夏天, 以及夏天以后	2008
Kidney 腰乐队	<i>A Quién Cantamos</i> 我们究竟应该面对谁去歌唱	<i>Nacional</i> 民族	2005
	<i>Ellos Dicen Que Olvidar el Rock Tiene Problemas</i> 他们说忘了摇滚有问题	<i>El Viento Sopla Esta Noche</i> 今夜还吹着风	2008
Zuoxiao Zuzhou 左小祖咒	<i>No Puedo Sentarme Tristemente a Tu Lado</i> 我不能悲伤地坐在你身旁	<i>No Puedo Sentarme Tristemente a Tu Lado</i> 我不能悲伤地坐在你身旁	2005

	<i>You Know Where the East Is</i> 你知道东方在哪一边	<i>Xiao Li en Mi Corazón</i> 小莉	2008
Second Hand Rose 二手玫瑰	<i>Second Hand Rose</i> 二手玫瑰	<i>Permitir Que Algunos Artistas Se Hagan Ricos Primero</i> 允许部分艺术家先富起来	2002
		<i>Truco</i> 伎俩	2002
Wang Wen 惘闻乐队	<i>Diary of 28 Sleepless Days</i> 二十八天失眠日记	<i>Fin de Año Moribundo</i> 垂死的岁末	2003
	<i>IV</i>	<i>Estanque de Aguas Residuales</i> 污水塘	2008
Xie Tianxiao 谢天笑	X.T.X	<i>Girasol</i> 向阳花	2005
		<i>Cold-blooded Animal</i> 冷血动物	2005
AK (AK47)	<i>Start off</i> 出发	<i>Época de Oro</i> 黄金时间	2005
		<i>Sin fin</i> 川流不息	2005
Super VC 果味 VC	<i>A Gift from Super VC</i> 来自 VC 的礼物	<i>Elegancia</i> 优雅	2005
	<i>Great Restoration</i> 伟大的复兴	<i>Una Estrella Desconsolada</i> 夜空多灿烂	2008
Wan Xiaoli 万晓利	<i>Camina Aquí Camina Allá</i> 走过来 走过去	<i>Camina Aquí Camina Allá</i> 走过来 走过去	2002
	<i>All the Things Are Better Than You Imagine</i> 这一切没有想象的那么糟	<i>All the Things Are Better Than You Imagine</i> 这一切没有想象的那么糟	2006
Low Wormwood 低苦艾乐队	<i>No Podemos Evitar Besarnos</i> 我们不由自主的亲吻对方	<i>No Podemos Evitar Besarnos</i> 我们不由自主的亲吻对方	2008
	<i>Lanzhou Lanzhou</i> 兰州 兰州	<i>Lanzhou Lanzhou</i> 兰州 兰州	2011
Zhou Yunpeng 周云蓬	<i>Aliento Laberíntico y Silencioso</i> 沉默如谜的呼吸	<i>Los Desempleados</i> 失业者	2004
	<i>Chinese Kids</i> 中国孩子	<i>He Comprado un Piso</i> 买房子	2007
Queen Sea Big Shark 后海大鲨鱼	<i>Queen Sea Big Shark</i>	<i>Man on the moon</i>	2007
		<i>Hello! Passengers</i>	2007
Left and Right Band 左右乐队	<i>Homenaje a la Sangre y la Juventud</i> 向热血与青春致敬	<i>Come</i>	2008
		<i>Dejar Esperanza para el Mundo</i> 为世界留下	2008
Black Head	<i>Me Levanto Más Temprano</i>	<i>Gastronomía de Shaanxi</i>	2007

黑撒乐队	<i>Que Un Gallo</i> 起的比鸡还早	陕西美食	2007
		<i>Me Levanto Más Temprano</i> <i>Que Un Gallo</i> 起的比鸡还早	
Wu Tiao Ren 五条人	<i>A Tale of Haifeng</i> 县城记	<i>Doshan Boy</i> 道山靓仔	2009
		<i>Te Diré Cuando Surja el Problema</i> 问题出现我再告诉大家	2009
Mo Chunlin 莫西子诗	<i>Don't Be Afraid</i> 不要怕&啊杰咯	<i>Don't Be Afraid</i> 不要怕&啊杰咯	2006
	<i>Sing My Song</i> ⁵⁶ <i>Temporada I, Episodio 2</i> 中国好歌曲第一集 第二期	<i>Moriré en Tus Manos</i> 要死就一定要死在你手里	2014

4.3.1. Características musicales de la música independiente (1995-2010)

En esta sección se discute las características musicales de la música independiente en China continental desde la segunda mitad de los años 90 a la primera década del Siglo XXI, que consisten en tres áreas. Primero, los estilos son múltiples que incluyen *rock*, *folk*, *hip-pop*, etc. Del *rock*, como se ha descrito en la parte anterior, se divide en más ramas de *punk*, *hard-core*, *metal*, *post-punk*, *post-rock*, *grunge*, *britpop* y *dance rock*, entre los cuales, el *punk* consiguió un desarrollo más exitoso que otros estilos en cuanto a su popularidad e influencia. Segundo, en la creación de las obras musicales, los artistas de la música independiente añaden varios contenidos culturales de China a través de aplicar instrumentos tradicionales y presentar sus obras combinando la actuación de *folk* local. Por último, algunos músicos cantan en inglés o dialectos en vez de chino mandarín para interpretar mejor su música generada por los instrumentos occidentales o para expresar más viva su emoción.

Con respecto a los estilos de la música independiente en esta época, entre los músicos seleccionados, tenemos trece artistas de *rock*, seis artistas de *folk* y una banda de *hip-pop*. Los trece artistas de *rock* incluyen dos bandas de *punk* New Pants y Brain Failure, dos bandas de *post-punk* P.K. 14 (*The Public Kingdom for Teens*) y Kidney,

⁵⁶ *Sing My Song / Song of China* es un curso musical de telerrealidad.

una banda de *post-rock* Unknown Band / Wang Wen, dos bandas de *metal* AK (AK47) y Left and Right Band, una banda de *britpop* Super VC, una banda de *dance-rock* Queen Sea Big Shark, un artista de *grunge* Xie Tianxiao y otros tres artistas de *rock* Omnipotent Youth Society, Second Hand Rose and Zuoxiao Zuzhou. Los seis músicos de *folk* son tres bandas Wild Children, Low Wormwood, Wu Tiao Ren y tres autores Wan Xiaoli, Zhou Yunpeng, Mo Chunlin, entre ellos Low Wormwood, Wu Tiao Ren y Wan Xiaoli pertenecen al estilo *folk-rock*, Wild Children, Zhou Yunpeng y Mo Chunlin pertenecen al estilo de *folk* urbana. Además, la banda Black Head es de *hip-pop*.

Desde que la música popular occidental entró en China, en el contexto de esta tesis, se trata la entrada del *rock*, *folk*, *country* e incluso *pop*, los artistas chinos nunca han dejado de crear sus obras combinando con los elementos culturales de China. En las secciones anteriores, se ha analizado el *rock* de China del principio de los años 90 del siglo pasado. Los autores de aquel entonces ya empezaron a utilizar instrumentos musicales tradicionales de China como el *gong*, el *dizi* y el *sanxian*. Además, sus obras absorbieron el arte tradicional y específico de China como la ópera tradicional y las canciones revolucionarias del siglo pasado. La canción “Nada a Mi Nombre”, de Cui Jian, también fue influenciada por el *folk* popular chino Northwest Wind de los años 80. A mediados de los años 90, la música independiente de China estaba en embrión, los autores también tenían conciencias de interpretar sus obras con instrumentos tradicionales, por ejemplo, en la canción “Cold-blooded Animal⁵⁷” (en chino: 冷血动物), Xie Tianxiao añadió *guzheng*⁵⁸ en su orquesta. De manera parecida, la banda Second Hand Rose utilizó el *hulusi*⁵⁹ y la *suona*⁶⁰ respectivamente en sus canciones “Permitir Que Algunos Artistas Se Hagan Ricos Primero” y “Truco”.

⁵⁷ Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

⁵⁸ El *guzheng*, o *gu zheng* (en chino, 古筝) o *zheng* (箏) es un instrumento musical de cuerdas tradicional chino. Tiene una historia de más de 2.500 años.

⁵⁹ El *Hulusi* (en chino: 葫芦丝), también conocida como "flauta de cucurbitáceas", es un instrumento musical de las minorías étnicas de la provincia de Yunnan.

⁶⁰ La *Suona* (en chino: 唢呐), es un instrumento de viento. Tiene un sonido alto y muy agudo. Se trata de un importante instrumento en el folclore musical del norte de China.

Cabe mencionar que la característica más relevante de esta banda consiste en la integración del método de cantar de *errenzhuan* que es un género de danza y canción folclórica local del noreste de China.

Otra característica musical de la música independiente de China en esta época destaca por los idiomas que los artistas emplearon al cantar. Es decir, no cantaron solo en chino mandarín, que es el idioma oficial de China, sino también en dialectos o en inglés. Las bandas Black Head, Wu Tiao Ren y el autor de *folk* Mo Chunlin representaron a menudo sus obras en dialectos de la ciudad de Xi'an, del condado de Haifeng y en la lengua de los *yi*⁶¹. En general, las bandas que cantaron en inglés son bandas desarrolladas en Beijing, y son de diferentes géneros de *rock*. En esta tesis, se ha seleccionado a New Pants, Brain Failure, Super VC y Queen Sea Big Shark quienes crearon varias canciones en inglés. Sin embargo, no significa que cantaron puramente en inglés, también interpretaron sus otras obras en chino mandarín.

Las razones por las que los artistas indie cantaron en inglés son reflejadas en dos aspectos. Uno, al entrar en este siglo XXI, China participó en la OMC en el año 2001 y organizó los Juegos Olímpicos de Beijing 2008. De hecho, la sociedad china empezó a dar pasos gigantes de internacionalización. Dos, estas cuatro bandas que cantaron en inglés son bandas de *rock*, que se originó en los países anglohablantes como Reino Unido y EE.UU. La interpretación en inglés encaja mejor con este estilo musical. Los tres artistas seleccionados que cantaron en dialectos son bandas de fuera de Beijing. Sus estilos también presentan variedad. Entonces, ¿por qué cantaron en dialectos? Debido al desarrollo cada día más profundo de la economía de mercado y la internacionalización en China, “nuevas formas extranjeras ya no es una sensación, los chinos se encuentran cada vez más una voz que realmente conmueve. Algunos músicos han entrado en una confirmación de identidad relativamente normal” y “buscan melodía y narración a partir de acentos locales” (Li, 2009: 168-169). Esta

⁶¹ Según Wikipedia, los *yi* (en chino: 彝族) son una de las 56 etnias oficialmente reconocidas por el gobierno de la República Popular China. Viven básicamente en las zonas rurales de las provincias de Sichuan, Yunnan, Guizhou y Guangxi, normalmente en áreas montañosas. Enlace: <https://es.wikipedia.org/wiki/Yi>

razón también influyó en la orquesta de unos autores, así como en los temas de la música independiente en esta época.

4.3.2. Temas de la música independiente (1995-2010)

La palabra “sueño” aparece cuarenta y nueve veces en los títulos y las letras de las noventa y cinco canciones seleccionadas en esta tesis desde la primera mitad de los años 90 hasta la época de esta sección. Entre todas estas cuarenta y nueve veces, en la época desde la segunda mitad de los años 90 a la primera década del siglo XXI, la palabra “sueño” aparece siete veces en cuarenta canciones. Obviamente, la música independiente empezó a despertarse del sueño. Sea consciente o sea inconsciente, los artistas se sumergieron en la realidad. Esta tendencia formó los temas de la música independiente en esta época. Se discute estos temas desde cinco puntos.

Percepción urbana:

El primer punto se trata de la percepción urbana. Por un lado, las obras de la música independiente reflejan la inadaptabilidad a la ciudad; por otro lado, se han convertido a una parte del estilo urbano (Li, 2009: 166). En esta época, la ciudad representó la modernidad en China. Luan Qinglin indica: “Mientras la gente persigue la vida material, sus pensamientos se vacían, sus creencias y entusiasmo se pierden y la moralidad social generalmente decae. Muchos jóvenes se precipitaron al pesimismo, el vacío, la confusión, la soledad y la impotencia, y eligieron ser pasivos y silenciosos para luchar” (Luan, 2015: 32. Traducción propia). La obscuridad, soledad, desorientación, falta de sentido y hedonismo son los principales contenidos de la mayoría de las canciones creadas por los músicos independientes en cuanto a la percepción urbana. A continuación, se analiza las canciones seleccionadas según estos cinco contenidos.

1) Obscuridad

Los autores quienes describen la obscuridad son músicos de *rock*. Las palabras “sombras”, “oscuridad”, “noche” y “ciego” en la letra de sus canciones expresan su pérdida y decepción en la oscuridad y su deseo reprimido de la luz.

El cielo está justo debajo de mí, las luces parpadean y nunca cambian.

*Las **sombras** siguen expandiéndose y envolviendo mi cara.*

*Date prisa, date prisa, date prisa, mira estos ojos llorosos
y todos los colores cambiantes en mi **oscuridad**.*

(Letra de “Noche de Insomnio e Impaciencia”. Traducción propia)⁶²

*En ese momento, la **noche** era más larga que ahora.*

...

Nunca habrá el sonido que esperas.

Lo entiendo mejor que tú.

*Pensaste que habías saltado ese paso,
pero la estación de decepción es más larga de lo que crees.*

(Letra de “Summer, After Summer”. Traducción propia)⁶³

*Girasol, si creces en la **oscuridad***

¿seguirás floreciendo?

¿Tendrás miedo?

Girasol, ¿seguirás floreciendo?

(Letra de “Girasol”. Traducción propia)⁶⁴

La tristeza es más que la lluvia

⁶² Canción original en chino: 燥眠夜

Los versos: 天空就在我的下面灯光闪烁永远不变/阴影在周围不停的扩大吞没了我的脸/快点快点快点快点
快点来看这些哭过的眼睛/以及所有变幻的色彩在我的黑暗中间

Artista: P.K.14 Álbum: 谁谁谁和谁谁谁 (2004)

⁶³ Canción original en chino: 夏天, 以及夏天以后

Los versos: 那个时候黑夜比现在更长/.../再也不会有你期待的声音/这一点我比你更加的了解/你以为你已经渡过了那道关卡/但是失望的季节比你想象的更长

Artista: P.K.14 Álbum: 城市天气的航行 (2008)

⁶⁴ Canción original en chino: 向阳花

Los versos: 向阳花 如果你生长在黑暗下/向阳花 你会不会再继续开花/会不会害怕 会不会害怕/向阳花
你会不会再继续开花

Artista: 谢天笑 Álbum: X.T.X (2005)

que siempre convierte todo el mundo húmedo en óxido.

La cadena de frío sigue repitiéndose mecánicamente.

*El tiempo de silencio siempre parece tan claro en medio de la **noche**.*

*Sólo un **ciego** ha estado trabajando duro.*

(Letra de “Sin fin”. Traducción propia)⁶⁵

*La **noche** es nebulosa, ¿quién sigue esperando?*

Los sueños rotos no se pueden salvar.

*¿Quién sigue rogando al final de la **noche**?*

No quiero quedarme atrás por el dolor otra vez.

Todo con las lágrimas cayendo de la herida

forma esa marca color sangre.

El viento sopla a través del fuego de la guerra, quemando recuerdos

dejando atrás una ruina.

(Letra de “Dejar Esperanza para el Mundo”. Traducción propia)⁶⁶

2) Soledad

En las canciones que describen la soledad, suele tener un “tú” que está lejos de “mí”, aunque tal vez “tú” no existas en “mi” vida real. “Te” estoy esperando o buscando, aunque no tengo idea de dónde estás. Algunas de las canciones sobre soledad también pertenecen al tema del amor romántico que se analizará posteriormente.

Mira lo brillante que es el cielo nocturno,

como tú y yo, estamos cerca pero lejos.

*Mira, el **meteoro solitario** vuela tristemente,*

⁶⁵ Canción original en chino: 川流不息

Los versos: 悲痛的不止雨水/总把整个淋湿的世界变得锈迹斑斑/只有冰冷的链条还在机械的重复/悄无声息的时间 总在深夜显得如此的清晰/只有一个瞎子还一直在辛勤的耕种

Artista: AK47 Álbum: 出发 (2005)

⁶⁶ Canción original en chino: 为世界留下

Los versos: 夜朦胧 是谁还在守候/破碎的梦 已无法挽留/在夜尽头 是谁还在乞求/不愿再次 为悲痛留守/一切 伴随着伤口坠落的泪滴/形成那血色的印记/风吹过战火 燃烧着回忆/遗留下 遗留下一片废墟

Artista: 左右乐队 Álbum: 向热血与青春致敬 (2008)

pero ¿dónde está su punto final?

(Letra de “Una Estrella Desconsolada”. Traducción propia)⁶⁷

*Maybe this time you are **alone***

*Maybe this time I am **alone***

Maybe next time we all are wrong

We'll be late

(Letra de “Man on the moon”)⁶⁸

3) Desorientación

La desorientación en las canciones de los músicos independientes muestra dos sentidos, es decir, sin destino y estar perdido en el camino. “Camina aquí, camina allá” día tras día sin saber a dónde va. O está fuera de todos los lugares, pierde al mismo tiempo su memoria del pasado, no tiene ni idea de su destino futuro.

Camina aquí camina allá

Camina aquí camina allá

Camina aquí camina allá

Camina aquí camina allá

Ayer, hoy, mañana

Ayer, hoy, mañana

(Letra de “Camina Aquí Camina Allá”. Traducción propia)⁶⁹

⁶⁷ Canción original en chino: 夜空多灿烂

Los versos: 你看 夜空多灿烂 像你我之间/亲近而又遥远/你看 孤独的流星 忧伤著飞行/可哪里是终点

Artista: 果味 VC Álbum: *Great restoration* (2008)

⁶⁸ Canción original en inglés: *Man on the moon*

Artista: 后海大鲨鱼 Álbum: *Queen Sea Big Shark* (2007)

⁶⁹ Canción original en chino: 走过来 走过去

Los versos: 走过来 走过去/走过来再走过去/走过来 走过去/走过来再走过去/昨天 今天 明天/昨天 今天 明天

Artista: 万晓利 Álbum: *走过来 走过去* (2002)

She is out, out of all the places

She is lost

She is out of all the places

She lost all her passing days

(Letra de “Hello! Passengers”)⁷⁰

4) Falta de sentido

En la enorme y sofisticada máquina de la “época de oro”, todo ya no tiene sentido para “mí”. El cuerpo, el amor, la terquedad e incluso el sol pierden su sentido. Con el rápido desarrollo de la modernidad urbana, la personalidad de los individuos mostró su inadaptabilidad al drástico cambio social. La tristeza sofocó la fantasía y la esperanza de escapar.

Cuando estaba en el baño volví a pensar.

Lo que tengo,

*Lo que perdí está a punto de perder el **sentido**.*

*Mi cuerpo ya no tendrá **sentido**.*

*Mis pensamientos ya no tienen **sentido**.*

*¿Mi alma todavía tiene **sentido**?*

*¿Mi afición todavía tiene **sentido**?*

*¿Mi amor todavía tiene **sentido**?*

*¿Mi dedo meñique todavía tiene **sentido**?*

*¿Tu amor todavía tiene **sentido**?*

*¿Tu aburrimiento todavía tiene **sentido**?*

*¿Tu baja autoestima todavía tiene **sentido**?*

(Monólogo de “Fin de Año Moribundo”. Traducción propia)⁷¹

⁷⁰ Canción original en inglés: *Hello! Passengers*

Los versos: *She is out, out of all the places / She is lost / She is out of all the places / She lost all her passing days*

Artista: 后海大鲨鱼 Album: *Queen Sea Big Shark* (2007)

⁷¹ Canción original en chino: 垂死的岁末

*Estoy en el agua, en la tierra, el sol brillando sobre mí no tiene **sentido**
Estoy en un sueño, en tus brazos, estoy muy escondido en la hierba
Flotando en el agua, todo funciona, masticando el barro, estoy triste
Estoy acostado en el árbol, sin entrar en pánico, tengo mucho, mucho tiempo
antes de morir*

(Letra de “Cold-blooded Animal”. Traducción propia)⁷²

*Sin una pizca de tristeza,
sin arrogancia,
sin emociones conmovedoras,
la época de oro constante
mata la posibilidad de la luz,
sofoca las ideas florecientes,
sofoca el puro anhelo,
reprime la fantasía,
mata el **sentido** de la terquedad,
sofoca la esperanza de escapar,
sofoca la dureza de la juventud,
reprime el poder de la personalidad.*

(Letra de “Época de Oro”. Traducción propia)⁷³

5) Hedonismo

Los versos: 在厕所的时候我又想/我得到的/失去的即将不存在意义了/我的躯体不会再有意义了/我的思想也没有意义了/我的灵魂还有意义吗/我的至爱还有意义吗/我的爱人还有意义吗/我的小拇指还有意义吗/妳的爱心还有意义吗/妳的无聊还有意义吗/妳的自卑还有意义吗

Artista: 惘闻乐队 Álbum: 二十一天失眠日记 (2003)

⁷² Canción original en chino: 冷血动物

Los versos: 我在水里，也上陆地，阳光照射着我没有意义/我在梦里，在你怀里，我在草里非常隐蔽/飘在水上，一切正常，咀嚼著泥，我很忧伤/趴在树上，并不惊慌，很长很长时间才会死亡

Artista: 谢天笑 Álbum: X.T.X (2005)

⁷³ Canción original en chino: 黄金时间

Los versos: 不带一丝悲伤的色彩/没有半点高涨的气概/也无任何动人的情感/只有不变的黄金时间/扼杀了发光的可能/扼杀了盛开的想法/扼杀了单纯的憧憬/扼杀了幻想的存在/扼杀了倔强的意义/扼杀了逃脱的希望/扼杀了青春的坚硬/扼杀了人格的力量

Artista: AK47 Álbum: 出发 (2005)

Además de la inadaptabilidad de la urbanización, la percepción urbana también está reflejada en la integración en la moda urbana moderna. El entrenamiento se convirtió en una forma de aliviarse. La pasión y el capricho en las fiestas son aceptación de la moda urbana.

You and me just need a little patient.

*Let's go to the final **party**.*

You and me just need a little patient.

*Let's go to the final **party**.*

Dancing all night long the music is going on.

She is different from all the people.

*Dancing all night long her **body** is moving on.*

She is different from all the people.

(Letra de "Bye Bye Disco")⁷⁴

What you gonna do, what you gonna listen?

What you gonna search, what you gonna check?

*Buy a **DVD**, back your home drink **Coca-Cola** on your bed!*

Hey, baby you come on in July and December.

It's not the good time for real human being.

Hey baby you can light your

***Phoenix cigarettes** in the toilet.*

(Letra de "Coming down to Beijing")⁷⁵

Ven Ángela hermosa, no digas lo pura que eras.

Vamos, soy un demonio, no puedo evitar que caiga la baba.

*¡Venga **pasión** y **fiesta**, tú y yo nos hemos fundido en este podrido **juego**!*

⁷⁴ Canción original en inglés: *Bye Bye Disco*

Artista: 新裤子乐队 Álbum: 新裤子 (1999)

⁷⁵ Canción original en inglés: *Coming down to Beijing*

Artista: 脑浊乐队 Álbum: *Turn on the DISTORTION!* (2003)

Ven, te dejo apoyarte en mí, ¿te arrepentirás mañana por esta noche?

Nos abrazamos entre esta multitud caótica

*disfrutando de un completo **capricho**.*

Decir que me amas es solo para que seas feliz.

Todo está destinado a no tener color, drama indiferente.

(Letra de “Come”. Traducción propia)⁷⁶

Juventud y amor:

El segundo punto de los temas de la música independiente en esta época es la juventud y el amor. “Como cada generación tiene su propia adolescencia, que puede estar sujeta a diferentes presiones sociales externas, por lo que constantemente brota olas de *rock* de la pubertad, siempre aparecen nuevos lenguajes, y siempre se encuentran vidas jóvenes y heridas frescas” (Li, 2009: 167. Traducción propia). A diferencia de la música pop, que enfoca en el amor y la relación romántica que empatizan con la mayoría de la gente, el amor expresado en la música independiente es más personal y poético. Las contradicciones en la juventud, el dolor de amor y el amor para toda la vida son lo que describe.

*Pero la campana ya está sonando, me está golpeando la cabeza y rompiéndome
el corazón.*

En ese momento me pareció escuchar la música.

Date prisa, date prisa, date prisa, mira estos ojos desconcertados.

*Las contradicciones en la **juventud** aparecen en la madrugada y luego
desaparecen en medio de los impulsos.*

(Letra de “Noche de Insomnio e Impaciencia”. Traducción propia)⁷⁷

⁷⁶ Canción original en chino: *Come*

Los versos: *Come* 美丽的天使/别再说你从前是多么的纯洁/*Come* 我是只魔鬼/已无法阻止口水不断的下坠/*Come* 激情和派对/你我已溶入这场糜烂的游戏/*Come* 我让你依偎 明天你是否会为今夜而忏悔/相拥在这混乱的人群中/享受一次彻底的放纵/说爱我也只是为你快乐/一切注定没有色彩/冷漠的话剧

Artista: 左右乐队 Álbum: 向热血与青春致敬 (2008)

⁷⁷ Canción original en chino: 燥眠夜

*Cuando salí por esa puerta
arranqué la página doscientas cincuenta y dos de un libro
estaba escrito en oro negro con incrustaciones:
oye, no puedo sentarme a tu lado **triste**.*

(Letra de “No Puedo Sentarme Tristemente a Tu Lado”. Traducción propia)⁷⁸

*Si te beso sonrías, te beso.
Xiao Li, quien puede tratarte como yo.
Quiero besarte por una hora.
Estaré demasiado lejos de ti cuando llegue al sur.
Pensar en esto **me rompe el corazón**.*

(Letra de “Xiao Li en Mi Corazón”. Traducción propia)⁷⁹

*Tu expresión es tan contenida.
Ni siquiera puedo mirarte a los ojos.
El ambiente me hace dudar.
No puedo encontrar el **amor**.
Ni siquiera yo tengo las palabras
más perfectas del mundo
para describir tu belleza.
Pero no puedo acercarme
a tus fríos ojos.*

Los versos: 可是钟声已经响起它敲击我的头脑让我心碎/在那个瞬间我好像真的好像真的听见了音乐/快点快点快点快点来看这些迷惑的眼睛/青春的矛盾在清晨出现然后消失在冲动中间

Artista: P.K.14 Álbum: 谁谁谁和谁谁谁 (2004)

⁷⁸ Canción original en chino: 我不能悲伤地坐在你身旁

Los versos: 在我走出那扇门/撕下某本书的二百五十二页/它用黑色镶金这般地写着/嘿 我不能悲伤地坐在你身旁

Artista: 左小祖咒 Álbum: 我不能悲伤地坐在你身旁 (2005)

⁷⁹ Canción original en chino: 小莉

Los versos: 如果我吻你你就微笑我就吻你/小莉啊谁人能像我这样对你/我多想吻上你个把钟头/到了南方就离你太远/想到这个我的心儿就碎了

Artista: 左小祖咒 Álbum: 你知道东方在哪一边 (2008)

I'll be afraid.

It must be funny.

(Letra de “Elegancia”. Traducción propia)⁸⁰

*No se puede llamar fuego
si no lo enciendes con tus manos.
No se puede llamar gema
si no la tocas tú misma.
Tú, finalmente apareciste.
Nos conocimos por casualidad,
mi corazón se hizo añicos
y todo mi mundo se derrumbó.*

(Letra de “Moriré en tus manos”. Traducción propia)⁸¹

Distancia y brecha entre lo ideal y lo real:

El tercer tema de la música independiente en esta época trata de la distancia y la brecha entre lo ideal y lo real. Tanto la gente común como los artistas tienen sus propios sueños o ideales. Sin embargo, todo el mundo tiene que enfrentar la realidad dirigida al dinero. El retroceso de los ideales dejó el escenario social a la realidad, por lo que la música independiente de este período mostró la impotencia de las personas atrapadas en la presión de la vida cotidiana. Como los músicos independientes cantan: “*los que vienen de montañas, arroyos, lagos y mares ahora están confinados a la noche, a la cocina y al sexo.*” “*Los talentos y las ambiciones se han convertido en dinero.*” “*He cambiado de ser un poeta romántico a ser un jefe romántico*” mientras que los artistas están obligados a aprender “*nuevos trucos*” para que a la gente le sigan

⁸⁰ Canción original en chino: 优雅

Los versos: 你的表情如此拘谨/我也不敢看你眼睛/这样的气氛让人犹豫/难以发现这爱情/即使我拥有这世上/最完美的言语/也无法比喻/比喻你的美丽/可你冰冷的眼睛/我无法靠近/I'll be afraid/It must be funny

Artista: 果味VC Álbum: 来自VC的礼物 (2005)

⁸¹ Canción original en chino: 要死就一定要死在你手里

Los versos: 不是你亲手点燃的/那就不能叫做火焰/不是你亲手摸过的/那就不能叫做宝石/你呀你 终于出现了/我们只是打了个照面/这颗心就稀巴烂/整个世界就整个崩溃

Artista: 莫西子诗 Álbum: 中国好歌曲第一集 第二期 (2014)

gustando. “*El arte es como un mudo de nacimiento, tiene que encontrar otra manera de hablar.*”

*En la última temporada de esperanza
Disuelvo el amanecer y el anochecer
En la última temporada de esperanza
Recuerdo la daga que he estado escondiendo.*

*Los que vienen de montañas, arroyos, lagos y mares
ahora están confinados en la noche, en la cocina y en el sexo.*

(Letra de “Una Broma Desgarradora y Un Largo Ensueño”. Traducción propia)⁸²

*Deja que todos los **ideales** se conviertan en cenizas.
Deja que todas las pasiones se marchiten.
Deja que todas las emociones obsoletas
desaparezcan con el tiempo.*

(Letra de “Emociones Obsoletas”. Traducción propia)⁸³

*Un grupo de cerdos vuela al cielo.
Un grupo de piratas muere ahogado en la playa.
Mi hijo se convierte en **dinero**.
Las flores ondulantes se marchitan junto a las orillas.*

*Estoy obligado a ser un trabajador.
Estoy obligado a ser un comerciante.*

⁸² Canción original en chino: 揪心的玩笑和漫长的白日梦

Los versos: 在愿望的最后一个季节/解散清晨还有黄昏/在愿望的最后一个季节/记起我曾身藏利刃/是谁来自山川湖海/却囿于昼夜 厨房与爱

Artista: 万能青年旅店 Álbum: 万能青年旅店 (2010)

⁸³ Canción original en chino: 过时

Los versos: 让所有的理想成灰/让所有的激情枯萎/让所有过时的情绪/一切都随时间而去

Artista: 新裤子乐队 Álbum: 新裤子 (1999)

Estoy obligado a ser un poeta.

Estoy obligado a ser un inútil.

(Letra de “Permitir Que Algunos Artistas Se Hagan Ricos Primero”. Traducción propia)⁸⁴

Tío, tú tocas rock - ¿tiene alguna utilidad?

*Tengo que aprender nuevos trucos
para que me sigas gustando.*

*El arte es como un mudo de nacimiento,
tiene que encontrar otra manera de hablar.*

(Letra de “Truco”. Traducción propia)⁸⁵

En un abrir y cerrar de ojos, han pasado casi tres años desde que dejé el campus.

*Los talentos y las ambiciones se han convertido en **dinero**.*

*Todos los **sueños**, pensamientos, **ideales** y fantasías se mezclan.*

He cambiado de ser un poeta romántico a ser un jefe romántico.

(Letra de “Me Levanto Más Temprano Que Un Gallo”. Traducción propia)⁸⁶

Vida ordinaria en las ciudades pequeñas:

El cuarto tema de las canciones de los creadores independientes en esta época consiste en la vida de la gente ordinaria de las ciudades pequeñas que se traslada a las ciudades grandes o vive en su pueblo natal. Como se menciona anteriormente, la mitad de los

⁸⁴ Canción original en chino: 允许部分艺术家先富起来

Los versos: 一群猪啊飞上了天/一群海盗淹死在沙滩/我的儿子被做成了金钱/摇曳的花枯萎在河岸/我被活活地逼成了个工人/我被活活地逼成了个商人/我被活活地逼成了个诗人/我被活活地逼成了个废人

Artista: 二手玫瑰 Álbum: 二手玫瑰 (2002)

⁸⁵ Canción original en chino: 伎俩

Los versos: 大哥你玩摇滚你玩他有啥用啊/我必须学会新的卖弄呀/这样你才能继续地喜欢/看那艺术像个天生的哑巴/他必须想出别的办法说话

Artista: 二手玫瑰 Álbum: 二手玫瑰 (2002)

⁸⁶ Canción original en chino: 起的比鸡还早

Los versos: 转眼我已经离开校园快有三年/当年的满腹经纶立满胸抱负都变了钱/什么梦想思想理想幻想全都串了味儿/从要当个风流诗人变成要当风流老板

Artista: 黑撒乐队 Álbum: 起的比鸡还早 (2002)

artistas de la música independiente de esta época desarrolla en Beijing, pero muchos de ellos no son de Beijing, sino que vienen de otras ciudades, particularmente, los músicos individualmente, que como Zuoxiao Zuzhou, Xie Tianxiao, Zhou Yunpeng, Wan Xiaoli, son forasteros en Beijing. Debido al desarrollo de las ciudades modernas, las grandes ciudades como Beijing se han convertido en lugares adonde mucha gente de lugares menos modernos acudieron para ganarse la vida. En esta parte, las obras de Zhou Yunpeng describen la vida de los forasteros en Beijing. Los forasteros no son de “la clase obrera”, tampoco son de “la clase media”, trabajan duro para pagar un piso.

El desarrollo de la modernidad de las ciudades pequeñas no es tan dramático como lo de las ciudades grandes, por lo tanto, en comparación con la vida de los forasteros en las ciudades grandes, la vida de la gente en su pueblo natal se repite día tras día sin ningún objetivo que perseguir, aunque sea intentar ganar dinero para comprar un piso. Los jóvenes están repitiendo la vida de casarse y tener hijos como sus padres. Y la madre de un chico malo detenido está esperando que vuelva a casa para cenar. No hay pasión en una vida tan monótona y aburrida.

El turno termina a las seis de la tarde.

Se quita el uniforme de la fábrica farmacéutica.

La esposa está preparando papilla.

Me adelanto a beber un poco de cerveza.

Tal vida durante treinta años

hasta que la casa se derrumba.

Oh, oscuridad en lo profundo de la nube

sumerge la vista dentro del corazón.

(Letra de “Matar al de Shijiazhuang”. Traducción propia)⁸⁷

⁸⁷ Canción original en chino: 杀死那个石家庄人

Los versos: 傍晚六点下班/换掉药厂的衣裳/妻子在熬粥/我去喝几瓶啤酒/如此生活三十年/直到大厦崩塌/
云层深处的黑暗啊/淹没心底的景观

Artista: 万能青年旅店 Álbum: 万能青年旅店 (2010)

*Una vez que veamos el cielo azul un día
nos convertimos en desempleados indefensos.*

*Una vez que olemos la primavera un día,
nos convertimos en extraños forasteros.*

*No somos de la clase obrera,
tampoco somos hermanos campesinos.
No somos funcionarios, maestros, intelectuales,
tampoco somos jefes, oficinistas, ni de la clase media.*

(Letra de “Los Desempleados”. Traducción propia)⁸⁸

*Compré un piso por más de 300.000 yuanes de RMB.
Para comprar este piso me financiaron con préstamos bancarios.
A partir de hoy, no puedo invitar a mis amigos a cenar libremente.
No puedo beber demasiado, ni puedo ir de viaje.
A partir de hoy voy a trabajar duro
para devolver el dinero y pagar los préstamos.*

(Letra de “He Comprado un Piso”. Traducción propia)⁸⁹

*Ay, el cielo está gris, va a llover.
Mi mamá me está esperando en casa para la cena.
Pero, ¿qué debo hacer ahora?
Estoy en el cárcel.
Mi mamá dice: Hijo mío, ven a casa a cenar.*

⁸⁸ Canción original en chino: 失业者

Los versos: 一旦有一天看到了蓝天/我们就成了无助的失业者/一旦有一天嗅到了春天/我们就成了陌生的局外人/我们不属于工人阶级/我们也不是农民兄弟/我们不是公务员老师知识分子/我们不是老板职员中产阶级

Artista: 周云蓬 Álbum: 沉默如谜的呼吸 (2004)

⁸⁹ Canción original en chino: 买房子

Los versos: 买了一套房子 花了三十多万/买房子的钱 全靠银行贷款/从今天以后 不能随便请吃饭了/不能多喝酒 不能去旅游/从今天以后 我要努力工作/我要拼命地还钱 我要还清这贷款

Artista: 周云蓬 Álbum: 中国孩子 (2007)

*Sólo por esos días
yo era un chico malo, siempre a la deriva.
yo era un chico malo, siempre a la deriva,
Oh, solo por esos días
estaba tratando de actuar genial.
Estás tratando de actuar genial, estás tratando de actuar genial, estás tratando
de actuar genial.*

(Letra de “Doshan Boy”. Traducción propia)⁹⁰

*Les diré a todos, uno de mis amigos se va a casar.
Voy a emborracharlo esa noche.
Porque después de esa noche
será el padre de un niño.*

*Entonces les diré a todos, uno de mis amigos se va a Australia.
A las nueve de anoche
dejó a su amada novia
y dijo verla un año después.*

(Letra de “Te Diré Cuando Surja el Problema”. Traducción propia)⁹¹

Identidad cultural y personal:

El quinto y último tema que se discute sobre la música independiente en esta época es la identidad cultural y personal. Este tema es expresado más por músicos de regiones

⁹⁰ Canción original en chino: 道山靚仔

Los versos: 天啊天乌乌/要啊要下雨/我妈在家等我回家吃饭喔/但是现在该怎么办好呀/我在看守所里面/我妈讲 阿仔啊回家吃饭吧/都怪我那个时候/不成器 老去混/不成器 老去混/也怪我那个时候呀/老势势/你老势势 你老势势 你老势势/你老势势

Artista: 五条人 Álbum: 县城记 (2009)

⁹¹ Canción original en chino: 问题出现我再告诉大家

Los versos: 告诉大家 我的朋友要结婚啦/我打算那晚灌醉他/因为过了那晚/他就要做孩子的爸爸/再告诉大家 我的朋友去澳洲了/在昨天晚上九点/他离开心爱的女友/说一年后再见

Artista: 五条人 Álbum: 县城记 (2009)

menos desarrolladas. Los estilos musicales son principalmente *folk* y *folk-rock*. Mo Chunlin canta en la lengua de los *yi* su obra “Don’t be afraid”. Por un lado, quería darse coraje a través de la canción, por otro lado, utiliza la lengua de los *yi* para asegurar la identidad de su cultura minoritaria de los *yi*. Para expresar la identidad cultural, los nombres de lugares suelen ser comentados en la letra, por ejemplo, el río Amarillo que fluye a través de seis provincias y dos regiones autónomas en China, la ciudad de Lanzhou que es la capital provincial de Gansu, la provincia de Shaanxi y su condado de Qishan, etc., todos son lugares ubicados en el noroeste de China. La canción “Llanura de Tiele” de la banda Wild Children es un antiguo *folk* que data de los siglos V y VI d.C. Las obras de la banda Low Wormwood expresan tanto la autoconciencia (“No Podemos Evitar Besarnos”: *Beso mi cuerpo mi alma mi amor*) como el sentido de pertenencia a su ciudad natal (“Lanzhou Lanzhou”: *Siempre sale de Lanzhou temprano en la mañana. Lanzhou es la bebida caliente del chico por la noche*). La banda Black Head usó la canción “Gastronomía de Shaanxi” para presentar la cultura gastronómica de la provincia de Shaanxi y describir el orgullo por su lugar natal.

El agua del río Amarillo sigue fluyendo.

Fluyó más allá de casa, fluyó más allá de Lanzhou.

Familiares que están lejos,

escuchadme cantar una balada del río Amarillo.

(Letra de “La Balada del Río Amarillo”. Traducción propia)⁹²

La llanura de Tiele se extiende por

donde se encuentra la montaña Yin.

Como un tolo de lana cuelga el cielo,

cubriendo el desierto desde lo alto.

⁹² Canción original en chino: 黄河谣

Los versos: 黄河的水不停地流/流过了家流过了兰州/远方的亲人啊/听我唱支黄河谣
Artista: 野孩子乐队 Álbum: 黄河谣 (2004)

*Sin límites, el cielo está azul.
El desierto también parece ilimitado.
Ondulando a través de los pastos, soplan los vientos del norte.
La hierba se inclina hacia abajo, las vacas y las ovejas, aparecen.*

(Letra de “Llanura de Tiele”. Traducción propia)⁹³

*Si hablamos de comida, tenemos que mencionar **Shaanxi**.*

Nunca comemos pasta italiana.

*Prueba nuestros tallarines de **Qishan**.*

*No mires el alto precio de las hamburguesas de KFC,
Un roujiamo⁹⁴ con salsa curada es más sabroso que ellas.*

(Letra de “Gastronomía de Shaanxi”. Traducción propia)⁹⁵

No podemos evitar besarnos.

Beso mi cuerpo mi alma mi amor.

No puedo dejar de besarte.

No puedo evitar besarme.

(Letra de “No Podemos Evitar Besarnos”. Traducción propia)⁹⁶

*Siempre sale de **Lanzhou** temprano en la mañana.
Lanzhou es la bebida caliente del chico por la noche.
El río Amarillo en **Lanzhou** fluye sin fin hacia el este.*

⁹³ Canción original en chino: 敕勒川

Los versos: 敕勒川 阴山下/天似穹庐 笼罩四野/天苍苍 野茫茫/风吹草低见牛羊

Artista: 野孩子乐队 Álbum: 敕勒川 (2014)

⁹⁴ Roujiamo es una comida callejera consumida ampliamente en la provincia de Shaanxi.

⁹⁵ Canción original en chino: 陕西美食

Los versos: 要吃饭论美食还得数咱们三秦大地/从来不吃什么意大利的通心粉/好好尝一下俺们的岐山擀面皮/KFC 的汉堡别看你价钱卖的美/一个腊汁肉夹馍就把你 PK 的找不见北

Artista: 黑撒乐队 Álbum: 起的比鸡还早 (2007)

⁹⁶ Canción original en chino: 我们不由自主的亲吻对方

Los versos: 我们不由自主的亲吻对方/亲吻著自己的身体自己的灵魂自己的爱/无法停止我亲吻着你/不由自主亲吻著自己

Artista: 低苦艾乐队 Álbum: 我们不由自主的亲吻对方 (2008)

*El final del camino de **Lanzhou** es la entrada al mar.*

(Letra de “Lanzhou Lanzhou”. Traducción propia)⁹⁷

Finalmente y como conclusión, se proporciona un breve resumen de los temas de la música independiente desde la segunda mitad de los años 90 a la primera década del siglo XXI. Entre los cinco temas mencionados anteriormente, la percepción urbana es el tema más importante de la música independiente de esta época. En comparación con los músicos de la primera mitad de los años 90, los músicos de esta época tienen una percepción más diversa de la ciudad, pero tienden a ser pesimistas.

Los temas sobre la juventud y el amor, lo ideal y lo real son temas permanentes para los artistas. Si los artistas anteriores no pudieron elegir entre lo ideal y la realidad o eligieron perseguir ideales lejos de la realidad, entonces los creadores de este período están profundamente inmersos en la realidad y ya no llevan en sus brazos ilusiones sobre los ideales.

Cuando algunos músicos están percibiendo la ciudad o comprometiéndose con la realidad, otra parte de los músicos gradualmente comienza a confirmar su identidad cultural y personal, y estos músicos son más de áreas menos desarrolladas. Ya sea que se hayan mudado a una ciudad grande o en su ciudad natal, su deseo de expresarse no es menor que el de los músicos que crecieron en las grandes ciudades y están experimentando cambios drásticos en la urbanización. El contenido y el estilo de sus obras muestran una mayor vitalidad en lugar de un simple aprendizaje de la música occidental, que es significativamente diferente de las obras de los músicos que crecieron en las grandes ciudades. Las descripciones directas de la vida diaria, el elogio de la ciudad natal y la búsqueda de la cultura popular local constituyen las diversas formas sociales marginales bajo la ola de modernización y urbanización.

⁹⁷ Canción original en chino: 兰州 兰州

Los versos: 兰州 总是在清晨出走/兰州 夜晚温暖的醉酒/兰州 淌不完的黄河水向东流/兰州 路的尽头是海的入口

Artista: 低苦艾乐队 Álbum: 兰州 兰州 (2011)

Cabe señalar que los cinco temas de la música independiente en este período no son ajenos, y existen conexiones internas entre diferentes temas. Estos cinco temas tampoco pueden cubrir todas las obras musicales independientes. Después de conocer el mundo con pesimismo, algunas obras satirizan los fenómenos sociales irrazonables (Nacional: *Usa la copa de licor más oficial para explicar una farsa. Usa las lágrimas más nacionales para perdonar una tragedia*).⁹⁸ El Viento Sopla Esta Noche: *En comparación con el funcionario que entrecierra los ojos, el funcionario borracho que entrecierra los ojos, todos somos ángeles, todos somos ángeles en la brisa de esta noche*.⁹⁹ Traducción propia), algunas intentan encontrar soluciones a los problemas con una “Ambulance of love” y otras tratan de brindar consuelo diciendo que “All the Things Are Better Than You Imagine”.

4.4. Entre lo popular y lo independiente (2010-)

Desde que nació la música independiente en China en la segunda mitad de los años 90 del siglo pasado, no fue conocida por el gran público en el continente hasta la segunda década de este siglo XXI, porque en la primera década, las canciones pop producidas por las compañías discográficas grandes de Hong Kong y Taiwán dominaron el mercado musical de habla china, además de la popularidad del K-pop de Corea del Sur y de la música pop occidental en inglés en China continental. Se observa que al entrar al siglo XXI, la industria musical tradicional del mundo sufrió un fuerte golpe por el desarrollo de la tecnología informática. La música pop, el caballo de batalla de la industria discográfica tradicional, ha sido la más afectada. Llegando a la segunda década de este siglo, luego de experimentar la gloria de la última década, la música pop producida y lanzada por las grandes compañías ya no ocupa los oídos del público con una postura fuerte y, al mismo tiempo, tampoco existe otro género musical específico que pueda alcanzarlo, lo cual está determinado por la descentralización de

⁹⁸ Canción original en chino: 民族

Los versos: 用最官方的酒杯去解释一出闹剧/用最民族的热泪去原谅一场悲剧

Artista: 腰乐队 Álbum: 我们究竟应该面对谁去歌唱 (2005)

⁹⁹ Canción original en chino: 今夜还吹着风

Los versos: 比起斜眼的官人 那酒后的斜眼官人/我们都是天使 我们都是天使 在今夜的微风中

Artista: 腰乐队 Álbum: 他们说忘了摇滚有问题 (2008)

la era de la información. A diferencia de la música pop, gracias al pequeño volumen, para la música independiente, esta tendencia es tanto un desafío como una oportunidad.

Mientras que los músicos que se discute en la sección anterior empezaron a tener más oportunidades para presentar sus obras a la gente y ser conocidos poco a poco, cabe mencionar que los músicos jóvenes nacidos después del año 1985 y en los años 90 también comenzaron a contar sus experiencias e historias. Como toda generación de músicos, sus obras llevan la impronta de los tiempos, por lo que han formado estilos y características diferentes a las de sus antecesores, aunque se heredan parte de las características de estos últimos. En esta sección se presentará y centrándonos en las obras de estos músicos para entender la creación de la música independiente en China después de 2010.

Es muy interesante que los músicos independientes de esta era no tengan antecedentes familiares de élite como los músicos antes de 1995, ni experimenten dificultades económicas como los músicos de 1995 a 2010. Crecieron en el proceso de rápido desarrollo de China, y no sienten una incomodidad evidente con los cambios sociales drásticos. Al igual que los autores del período anterior, la mayoría de ellos no recibió educación musical profesional. Formaron bandas o comenzaron a crear música por su cuenta en la escuela secundaria o en la universidad. Con la digitalización de los canales de comunicación, sus obras son más fácilmente conocidas por los jóvenes internautas, y los programas musicales producidos por las estaciones de televisión y los sitios de videos también ayudan a que sus obras sean conocidas por el público. Para ellos, ante un mercado musical diferente a la de los músicos anteriores, cómo comprender la popularidad y la independencia de sus obras se ha convertido en un problema al que deben enfrentarse.

En los dos períodos estudiados anteriormente, Beijing, como la ciudad que vio nacer la música independiente china, desempeñó un papel fundamental en el desarrollo de la música independiente china. Se ha observado que la música independiente en otras ciudades y regiones también surgió entre 1995 y 2010 que mostró la vitalidad de la

música independiente en China. Desde de 2010, esta diversidad geográfica de la música independiente persiste.

A continuación, la Tabla 3-5 proporciona una visión general de los músicos seleccionados de esta época en cuanto a su nombre oficial en chino e inglés, su estilo musical y su lugar de donde vienen. Son quince autores que incluye nueve bandas, un grupo de *hip-pop* y cinco cantantes individuales. En comparación con el período anterior, las autoras femeninas son, evidentemente, cada día más activas. Entre los siguientes quince autores, dos bandas tienen vocalista femenina, es decir, las bandas Hiperson (en chino: 海朋森乐队) y Hyper Slash (en chino: 超级斩乐队), dos bandas son formadas principalmente por mujeres que son Nova Heart con dos chicas entre tres miembros y Floruit Show (en chino: 福禄寿乐队) con tres chicas, tres de los cinco músicos individuales son mujeres como Cheng Bi, Chen Li y Xie Chunhua.

Los estilos de estos quince grupos seleccionados son diversos y comprenden *rock* y varios géneros, *folk*, música electrónica, *hip-pop* y música del mundo, entre otros. Por ejemplo, los cinco autores individuales son todos de *folk*. Higher Brothers (en chino: 更高兄弟) es un grupo de *hip-pop* de Chengdu, China formado en 2016, compuesto por cuatro miembros: MaSiWei, DZknow, Psy.P y Melo.

Tabla 3- 5 Artistas seleccionados (después del año 2010)

Artista	Nombre inglés o en pinyin	Estilo	Ciudad
不速之客乐队	Los Crasher	<i>Hard rock</i>	Beijing
吹万乐队	Chui Wan	<i>Rock</i> psicodélico	Beijing
<i>Chinese Football</i>	Chinese Football	<i>Rock</i>	Wuhan
<i>Nova Heart</i>	Nova Heart	Música electrónica	Beijing
大波浪乐队	The Big Wave	<i>Rock</i> electrónico	Beijing
海朋森乐队	Hiperson	<i>Post-punk</i>	Chengdu
达闻西乐队	The Davinchi	<i>Pop-rock</i>	Beijing
更高兄弟	Higher Brothers	<i>Hip-pop</i>	Chengdu

超级斩乐队	Hyper Slash	<i>Hard-core</i> electrónico	Guangzhou
福禄寿乐队	Floruit Show	Música del mundo	Beijing
程璧	Cheng Bi	<i>Folk</i>	Binzhou
马頔	Ma Di	<i>Folk</i>	Beijing
张尕怂	Zhang Gasong	<i>Folk</i>	Jingyuan
陈粒	Chen Li	<i>Folk</i>	Guiyang
谢春花	Xie Chunhua	<i>Folk</i>	Jinhua

A través de la siguiente Tabla 3-6, se ven las canciones seleccionadas de los autores presentados en la Tabla 3-5 para analizar la creación de la música independiente en la segunda década del siglo XXI. Estas canciones son más escuchadas y con más comentarios en las plataforma online de música entre otras canciones de cada músico, incluso, algunas son populares entre una gran cantidad de audiencias por diferentes razones. Por ejemplo, “Al Sur de las Montañas Zhongnan (en chino: 南山南)” de Ma Di fue cantada por otro cantante en el famoso programa de televisión “The Voice of China (en chino: 中国好声音)”; las canciones de Chen Li son populares por su estilo musical especial y su letra; las de Xie Chunhua son conocidas por su melodía natural y cómoda y letras de estilo literario antiguo; el grupo Higher Brothers es popular incluso internacionalmente; la banda Floruit Show participó en la segunda temporada del programa online de bandas “The Big Band (en chino: 乐队的夏天)” que fue conocido entre los jóvenes, de ahí sus canciones empezaron a enfrentar al público.

En la tabla siguiente, no se traduce los nombres ingleses originales al español. Si se pone los nombres o títulos en dos idiomas, inglés y chino, significa que tienen nombres oficiales en estos dos idiomas, o que en los medios extranjeros se puede encontrar el álbum o la canción correspondiente a través de dicho nombre en inglés. Si se pone solo en inglés, significa que tienen solo un nombre en inglés. Para los álbumes y las canciones que solo tienen nombre en chino, su nombre está traducido

en español por la autora, y se pone en español y chino en esta tabla. Todas las letras ya están traducidas al español, a menos que sean letras inglesas originales.

Tabla 3- 6 Canciones seleccionadas (después del año 2010)

Artista	Álbum	Canción	Año
Los Crasher 不速之客乐队	Game Face	Trash Crash Rock N' Roll	2017
		When I Miss You (Nobody Knows)	2017
Chui Wan 吹万乐队	White Night 白夜	Another Kind of Love 另一种爱	2012
	Chui Wan 吹万	Beijing is Sinking 北京在下沉	2015
Chinese Football	Chinese Football	Intro 游戏开始	2015
	Here Comes a New Challenger!	Electronic Girl 电动少女	2017
Nova Heart	Beautiful Boys	Beautiful Boys	2012
	Nova Heart	Lackluster No.	2014
The Big Wave 大波浪乐队	The Big Wave	Fill In	2016
	Blue Face 蓝色的脸	No Such Disease	2018
Hiperson 海朋森乐队	No Need For Another History 我不要别的历史	The Curtain 幕布	2015
	Bildungsroman 成长小说	Spring Breeze 春风	2020
Cheng Bi 程璧	Anna's Patio 晴日共剪窗	Anna's Patio 晴日共剪窗	2012
	I Want to Waste Time With You 我想和你虚度时光	I Want to Waste Time With You 我想和你虚度时光	2015
The Davinci 达闻西乐队	Metropolitan 大都会	Metropolitan 大都会	2019
	I'll Try to Break Your Heart 我要让你心碎	I'll Try to Break Your Heart 我要让你心碎	2019
Ma Di 马頔	Al Sur de las Montañas Zhongnan 南山南	Al Sur de las Montañas Zhongnan 南山南	2014
	Todo Ya Es Diferente 皆非	Todo Ya Es Diferente 皆非	2016
Zhang Gasong 张尕怂	Terroso 泥土味	Hermana Mayor 姐姐	2014
	Muy Bueno 美滴很	Enamorarnos 谈恋爱	2016

Chen Li 陈粒	<i>Como Esto</i> 如也	<i>Te Has Ido</i> 走马	2015
	<i>Reams of Dream</i> 小梦大半	<i>Stomach</i> 小半	2016
Xie Chunhua 谢春花	<i>Nube Fugaz</i> 算云烟	<i>Préstame</i> 借我	2016
	<i>Zhifei</i> 知非	<i>Parecía Habitual en el Pasado</i> 只道寻常	2017
Higher Brothers 更高兄弟	<i>Black Cab</i>	<i>Made in China</i>	2017
	<i>Five Stars</i>	<i>Flexing So Hard</i>	2019
Hyper Slash 超级斩乐队	<i>ALL-OUT ATTACK</i>	<i>Monopoly</i>	2017
		<i>Lucky Lucky Honey</i>	2017
Floruit Show 福禄寿乐队	<i>¿Con Qué Puedo Abrazarte?</i> 我用什么把你留住	<i>¿Con Qué Puedo Abrazarte?</i> 我用什么把你留住	2018
	<i>Yuzhen</i> 玉珍	<i>Yuzhen</i> 玉珍	2019

4.4.1. Características musicales de la música independiente (2010-)

En lo que se refiere a las características musicales de la música independiente de China de la segunda década del siglo XXI, volviéndonos hacia la época anterior desde la segunda mitad de los 90 hasta la primera década del siglo XXI, han mostrado las mismas características, pero difiere en detalles. Por lo tanto, se analiza desde cuatro aspectos.

En primer lugar, los estilos son múltiples que incluyen el *rock* y sus subgéneros como *hard rock*, *rock* psicodélico, *rock* electrónico, *post-punk*, *pop-rock*, *hard-core* electrónico. El *folk* incluye principalmente dos partes: *folk* urbano (Cheng Bi, Ma Di, Chen Li, Xie Chunhua) y *folk* que combina con canciones folclóricas locales (Zhang Gasong). La música electrónica en China sin duda ha sido un estilo con mucho desarrollo en la segunda década porque anteriormente no llamaba mucha atención a los músicos. En vez de ser conocido como un estilo de música, la música electrónica se ha entendido más como un elemento añadido a otros estilos musicales, como el *rock*, en esta época en China, por ejemplo, la banda The Big Wave es de *rock* electrónico y la banda Hyper Slash es de *hard-core* electrónico. Nova Heart también ha sido conocida como una banda de *rock* psicodélico electrónico. El *hip-hop*, que

solía pertenecer a la música *underground*, ha logrado un rápido desarrollo durante este período y se ha convertido en una moda seguida por los jóvenes. La música del mundo es menos conocida por la audiencia en China que otros géneros como *rock*, *folk* e *hip-pop*. La aparición de la banda Floruit Show en la plataforma de medios online ha hecho que este estilo musical sea conocido por la audiencia.

En segundo lugar, los elementos culturales chinos son favorecidos por los autores de la música independiente, especialmente, por los autores de *folk*. Ma Di, el autor de *folk* urbano, en su canción más popular, es decir, “Al Sur de las Montañas Zhongnan”, agregó una pieza de melodía folclórica de Su Zhou de la provincia de Jiangsu que fue cantada por la famosa actriz y cantante Zhou Xuan (en chino: 周旋) en 1937. Basado en la música de raíz popular del noroeste, principalmente, de la provincia de Gansu, Zhang Gasong la adaptó y la recreó con nuevas variaciones musicales actualizadas, formando su propio estilo único de *folk*. “Desde 2008, Zhang Gasong comenzó a visitar aldeas en el Noroeste, visitando a más de 100 artistas populares y herederos del patrimonio cultural intangible nacional y provincial en el Noroeste. A través de entrevistas, aprendió, tomó prestada y absorbió mucha de la esencia de las canciones populares del noroeste que estaban a punto de perderse, y creó sucesivamente obras musicales como ‘Hermana Mayor’ y ‘Enamorarnos’.”¹⁰⁰ En el proceso de visitar artistas folclóricos, Zhang Gasong también aprendió los instrumentos musicales tradicionales chinos *Sanxian* y *Qinqin*¹⁰¹.

En tercer lugar, además de chino mandarín, el inglés y los dialectos también son lenguas utilizadas en la creación de la música independiente. El inglés es la opción de las bandas de *rock*, en esta época, analizamos las bandas como Los Crasher, Nova Heart, The Big Wave e Hyper Slash. A los rappers les gustan crear sus obras en inglés y dialectos. El grupo de *hip-pop* Higher Brothers viene de Chengdu, cantan sus canciones en el dialecto local, y lo mezclan con el inglés. Zhang Gasong interpreta sus

¹⁰⁰ Enlace de referencia: <https://baike.baidu.com/item/张尕怂/7492053>.

¹⁰¹ *Qinqin* (en chino: 秦琴), un instrumento folclórico tradicional chino de cuerda pulsada, tiene música brillante y suave, generalmente de tres cuerdas, y la textura es de seda o nailon.

canciones en dialecto del noroeste que destaca las características locales y personales de su música.

Además de los tres puntos anteriores, la naturaleza poética de las letras es una característica importante de la música independiente, que se refleja principalmente en la expresión literaria (Cheng Bi, Xie Chunhua, Floruit Show) y el uso de metáforas (Chui Wan, Chinese Football, Hiperson). Se explicará a continuación esta característica en detalle en la sección de temas de la música independiente en esta década.

Algunos músicos componen y cantan directamente los poemas de los poetas contemporáneos chinos, por ejemplo, la canción titulada “I Want to Waste Time With You¹⁰²” cantada por Cheng Bi y Mo Chunlin es un poema famoso del poeta Li Yuansheng¹⁰³. En realidad, en la primera mitad del siglo XXI, Zhou Yunpeng también creó una canción componiendo un poema de Hai Zi¹⁰⁴ que se llama “Septiembre”. Las representaciones en monólogos también se utilizan para presentar las obras musicales, lo que hace que la obra sea más conmovedora y produce cierto efecto dramático, como la canción “Spring Breeze¹⁰⁵” de la banda de post-punk Hyperson, solo hay tres líneas de letras que usan canto.

Durante este período, un concepto que debe mencionarse cuando se trata de la creación musical es el de cantautor/a. En el círculo musical chino, este concepto apareció en las reseñas de música independiente de Hong Kong y Taiwán en 2006. “En 2010, se convirtió en la idea principal de las compañías y plataformas de música en China continental para promover la música” y “la originalidad se ha convertido en un recurso discursivo muy disputado por músicos, discográficas, fans y el círculo

¹⁰² Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

¹⁰³ Li Yuansheng (en chino: 李元胜; 1963-), nacido en el condado de Wusheng, provincia de Sichuan, es un poeta chino moderno. Su obra maestra es “I Want to Waste Time With You”.

¹⁰⁴ Hai Zi (en chino: 海子; 24 de marzo de 1964 - 26 de marzo de 1989) es el seudónimo del poeta chino Zha Haisheng (en chino: 查海生). Fue uno de los poetas más famosos de China continental después de la Revolución Cultural. Se suicidó tirado en la barandilla en Shanhaiguan a la edad de 25 años.

¹⁰⁵ Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

empresarial para producir, difundir y consumir una imagen de músico integral” (Qu, 2017: 123. Traducción propia). En este contexto, algunos músicos tienden a tener un estilo más experimental, como la banda de *rock* psicodélico Chui Wan y la “cantante de *folk*” Chen Li. La razón por la que Chen Li es considerada una música de *folk* es que cuando lanzó su primer álbum individual, tuvo que elegir una categoría musical, de lo contrario no podría publicarlo, por lo que se vio obligada a elegir una etiqueta. El estilo musical de Chen Li es muy variable, desde el estilo *folk* melódico hasta el estilo gótico.

4.4.2. Temas de la música independiente (2010-)

Como se ha mencionado anteriormente, el concepto de cantautor/a y la originalidad se convirtieron en una característica de la creación musical en este período, que está determinado por el cambio social. Si los músicos y obras del período anterior expresaban más su sentido de incompatibilidad con los cambios drásticos en la sociedad, es decir, la relación entre uno mismo y el mundo exterior, y por lo tanto tenían un color pesimista, los músicos y obras de este período están centrado más en sí mismos, o mejor dicho, en la autoconciencia y la identidad propia. Los sentimientos personales y el pensamiento sobre la vida es el contenido que expresan los músicos independientes en este momento, tales expresiones no llevan un fuerte tono de optimismo o pesimismo. A partir de esto, esta parte discutirá los temas de la creación musical independiente china en la segunda década desde los siguientes aspectos.

Vida y amor urbano:

La vida y el amor urbano puede ser considerado como el principal tema de la música independiente china en la segunda década del siglo XXI. La percepción urbana de esta época empezó a tener un rostro claro, sin la depresión y la pérdida anteriores. Todos los que viven en la ciudad están empujados por la vida y no hay necesidad de pensar a dónde ir. En la vida acelerada, todos se han convertido en parte de la máquina de la ciudad que corre rápido, y el amor es como un producto que se consume rápidamente. La separación se convierte en norma, y de ella nace la soledad.

La canción “Metropolitan” de la banda The Davinchi describe con calma las condiciones de vida de las personas urbanas modernas desde la perspectiva de un espectador. Al describir personas concretas (*hombre en el camino, hombre en el metro, hombre trabajando...*) y abstractas (*hombre utópico, hombre agresivo, hombre que a nadie le importa...*), muestra a vista de pájaro una metrópoli como Beijing, Shanghái y Guangzhou en China. Aquí, los sueños se convierten en productos que se pueden comercializar durante el día y cada noche se producen nuevos sueños. La vida de la gente da vueltas y vueltas en este ciclo.

Hombre en el camino

Hombre en el metro

Hombre mirando a su alrededor aturdido

Hombre apreciado

Hombre premiado

Hombre trabajando histéricamente

Hombre en la feria de las vanidades

Hombre utópico

Orador apasionado

Hombre agresivo

Hombre agraviado

Hombre que a nadie le importa

Todos los días

todo el mundo está comercializando sus sueños.

Cada noche

todos ensayan sus sueños repetidamente en su mente.

Todos los días

todo el mundo está comercializando sus sueños.

Cada noche

*el espíritu que se aplastaba en el aire
se evaporó en una nueva apariencia.*
(Letra de “Metropolitan”. Traducción propia)¹⁰⁶

En el ciclo interminable de la vida, las necesidades emocionales se convierten en un lujo. Las emociones insatisfechas conducen a la separación, la angustia, la soledad y la tristeza.

Alguien renuncia a su amor debido a una psicología distorsionada y baja autoestima.

*Amor, perdóname.
Con psicología distorsionada
muy libre y fácil
no tengo miedo de perderte.*

*Amor, perdóname.
Con autoestima extremadamente baja
tengo miedo de perderte.*

*Adiós,
cariño adiós.
¿quién rompió tu corazón?
Oh tu corazón está roto.*

(Letra de “I’ll Try to Break Your Heart”. Traducción propia)¹⁰⁷

¹⁰⁶ Canción original en chino: 大都会

Los versos: 马路边的人/地铁里的人/东张西望发呆的人/被赞许的人/被奖励的人/歇斯底里工作的人 名利场的人/乌托邦的人/激情澎湃演说的人/攻击型的人/受委屈的人/没人在乎的人 每一天/每个人都在营销自己的梦/每个夜/脑海里反复演习自己的梦/每一天/每个人都在营销自己的梦/每个夜/被揉碎在空中的精神/蒸发出了新的模样

Artista: 达闻西乐队 Álbum: 大都会 (2019)

Nota: El nombre en inglés aparece en su álbum.

¹⁰⁷ Canción original en chino: 我要让你心碎

Los versos: 爱人原谅我/扭曲的心理/很酷很洒脱/不怕失去妳 爱人原谅我/自卑到骨子里/我怕失去妳
Goodbye/honey goodbye/谁让妳心碎/哦妳心碎

Artista: 达闻西乐队 Álbum: 我要让你心碎 (2019)

Nota: El nombre en inglés aparece en su álbum.

Alguien se siente solo porque su amor se ha ido.

*You've stolen my heart
But to you I'm invisible.
Your ship has sailed
And I'm moping around.
You don't know how much pain that I'm in.
I'm in this too deep.*

*I'm all **alone**
You are something else
I tore my heart out just for you*

(Letra de "When I Miss You (Nobody Knows)")¹⁰⁸

Alguien evita hablar de soledad *porque su corazón ya está desierto*. Tampoco llora porque ya *no importa*.

*Ya no habla de la **isla aislada** del encuentro con nadie
porque su corazón ya está desierto.*

*Ya no podía tener una familia en su corazón,
se convirtió en un mudo que solo se mentía a sí mismo.*

(Letra de "Al Sur de las Montañas Zhongnan". Traducción propia)¹⁰⁹

*No derramó una sola **lágrima**, pero estaba rodeado por una fuerte **lluvia**.
Un demonio bondadoso deambuló en la copa de vino consciente de sí misma.
Siempre decía esto: **no importa**.
De espaldas a la multitud rompió su copa de vino.*

¹⁰⁸ Canción original en inglés: *When I Miss You (Nobody Knows)*

Artista: 不速之客乐队 Álbum: *Game Face* (2017)

¹⁰⁹ Canción original en chino: 南山南

Los versos: 他不再和谁谈论相逢的孤岛/因为心里早已荒无人烟/他的心里再装不下一个家/做一个只对自己说谎的哑巴

Artista: 马頔 Álbum: *南山南* (2014)

(Letra de “Todo Ya Es Diferente”. Traducción propia) ¹¹⁰

Alguien se despierta después de perder y entiende que lo perdido es bueno.

El romance no va a ninguna parte.

El aburrimiento acompaña a la vida.

La yo vacía

está inexplicablemente ansiosa.

El mundo me aísla,

y dejó que me provoque.

Manteniendo solo mi silencio,

entiendo lo que es bueno y lo que es malo.

Todo se ha ido.

Se han esparcido demasiadas cosas irrelevantes.

*Me desperté después de la **despedida**.*

(Letra de “Te Has Ido”. Traducción propia) ¹¹¹

Sin embargo, la despedida y la soledad no son toda la melodía del amor. También se expresan la expectativa y la vacilación del amor romántico.

Tenuemente iluminado

mi corazón toma prestada tu luz para ser brillante u oscuro.

Me río de mí misma por estar demasiado abrumada emocionalmente y sola.

La autocrítica se ha convertido en un hábito, tan sensible y difícil.

Bajando la cabeza y susurrando,

mi preferencia por ti es demasiado evidente.

¹¹⁰ Canción original en chino: 皆非

Los versos: 他没流过一滴眼泪 却被大雨包围/冷暖自知的酒杯 游荡着善良的魔鬼/他总是这样说 一切都无所谓/他背对着人群 摔碎了酒杯

Artista: 马頔 Álbum: 皆非 (2016)

¹¹¹ Canción original en chino: 走马

Los versos: 浪漫无处消磨/无聊伴着生活/空荡荡的自我/莫名地焦灼/世界孤立我/任它奚落/我只保持我的沉默/明白什么才是好的坏的/都散了/散了太多 无关的/散了后我醒了 醒了 醒了/醒了

Artista: 陈粒 Álbum: 如也 (2015)

El payaso que da vueltas en círculos está constantemente triste.

Solo le quedan los arrepentimientos, qué vergüenza

(Letra de “Stomach”. Traducción propia) ¹¹²

El autor del siguiente poema romántico quiere pasar tiempo *contigo* y experimentar la belleza de los *sinsentidos* de la vida, como la puesta de sol, las estrellas, el viento, las flores y el espejo de agua. En la ciudad, el tiempo se ha convertido en una medida de eficiencia y no es razonable perder el tiempo, pero quizás el significado de la compañía se puede apreciar más en el tiempo “desperdiciado”.

He desperdiciado el mundo. Me pasó

cansado, como si nunca hubiera sido amado.

Pero mañana lo haré, desperdicio, lo haré.

Quiero desperdiciarnos contigo.

Juntos pasamos breves silencios, largos sinsentidos.

Juntos desperdiciamos el delicado y antiguo universo.

(Letra de “I Want to Waste Time With You”. Traducción propia) ¹¹³

Además del amor romántico, la amistad también sirve a eliminar la soledad.

It is depressed enough to live all by yourself

When you come to this place you can stay for a while

Let me tell some funny stories for your anxiety

I don't want any of my friends feel lonely

It is heartwarming when I know you're care for me

¹¹² Canción original en chino: 小半

Los versos: 灯火阑珊/我的心借了你的光是明是暗/笑自己情绪太泛滥形只影单/自嘲成习惯 多敏感又难缠
/低头呢喃/对你的偏爱太过于明目张胆/在原地打转的小丑伤心不断/空空留遗憾 多难堪又为难

Artista: 陈粒 Álbum: 小梦大半 (2016)

Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

¹¹³ Canción original en chino: 我想和你虚度时光

Los versos: 我已经虚度了世界 它经过我/疲倦 又像从未被爱过/但是明天我还要这样 虚度 我还要这样/
我想和你互相浪费/一起虚度短的沉默 长的无意义/一起消磨精致而苍老的宇宙

Artista: 程璧 Álbum: 我想和你虚度时光 (2015)

Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

*Can I be your friend
Let me get some lucky honey from the honey tree for you
(Letra de “Lucky Lucky Honey”) ¹¹⁴*

Autoconciencia de los músicos:

El segundo tema se trata de la autoconciencia de los músicos en cuanto a su profesión y su reflexión sobre la relación entre el intérprete artístico y la audiencia. Por ejemplo, la canción “Trash, crash, rock n’roll” refleja una explosión visceral que denuncia la alienación del artista en un mundo lleno de máscaras, donde el *rock* se convierte en un grito de rebeldía contra las reglas.

*Ain’t got the money, the money to pay
Ain’t got the time, the time to play
Ain’t got the word, the word to say
Ain’t got the place, the place to stay*

*I’ve been sick of your affectation, provocation
One way to break the rules
That’s...
...Trash, crash, rock n’roll
Sly smile, burn down the whole world
Bang bang, lock and load
Shoot up my body, crush the soul
Trash, crash, rock n’roll
Sly smile, burn down the whole world
Bang bang, lock and load*

(Letra de “Trash, crash, rock n’roll”) ¹¹⁵

¹¹⁴ Canción original en inglés: *Lucky Lucky Honey*

Artista: 超级斩乐队 Álbum: *ALL-OUT ATTACK* (2017)

¹¹⁵ Canción original en inglés: *Trash, crash, rock n’roll*

Artista: 不速之客乐队 Álbum: *Game Face* (2017)

Y la banda Hiperson utiliza la canción “The Curtain” como un reflejo teatral sobre la distancia invisible entre el artista y su público, donde cada uno actúa su papel sin saber cuán cerca están realmente.

*Él es un actor esta noche
mezclarse con el público y dirigirse al teatro
Ellos adivinan el desempeño del otro
Pero no sé que el otro está cerca de ellos.*
(Letra de “The Curtain”, Traducción propia)¹¹⁶

Recuerdo de la infancia con los abuelos:

Como se ha mencionado en la parte de introducción de *folk* en China, el *folk* urbano recoge principalmente canciones sobre emociones y experiencias individuales. Además del amor urbano que se ha comentado anteriormente, el cariño familiar también es un tema importante, en especial el cariño familiar con los abuelos es una emoción que muchos cantantes están dispuestos a expresar. Debido a la necesidad de hacer frente a la presión del trabajo y la vida, y sin tiempo para cuidar a sus hijos, muchos padres entregarán a sus hijos a sus abuelos para el cuidado diario. Tal modelo de familia se convierte gradualmente en un modelo dominante en las ciudades. Por lo tanto, muchos niños crecieron con sus abuelos y tienen un profundo amor por sus abuelos. Los recuerdos de la infancia se convierten en recuerdos que los nietos extrañan después de crecer y dejar a sus abuelos. Se ha seleccionado tres canciones para entender este tema.

La canción “Anna’s Patio”, de Cheng Bi, pinta un retrato nostálgico de la infancia, donde el pequeño patio lleno de flores y las lecciones de la abuela paterna evocan un

¹¹⁶ Canción original en chino: 幕布

Los versos: 他是一个今晚的演员/混在观众中前往剧院/他们互相猜测彼此的表现/却不知道对方近在眼前

Artista: 海朋森乐队 Álbum: 我不要别的历史 (2015)

Nota: El nombre en inglés aparece en su álbum.

tiempo de inocencia y aprendizaje compartido, profundamente arraigado en la memoria.

*Cuando yo era muy niña
había un pequeño patio
donde vivíamos mi abuela y yo
y un pequeño gato.
El pequeño patio estaba lleno de flores
y había hierba verde debajo de los escalones.
Tenía un libro de trescientos poemas de las dinastías Tang y Song en la mano,
y mi abuela me enseñó a leer
el poema del ganso blanco con el cuello largo y torcido cantándole al cielo.
Cuando el sol brilla,
mi abuela me enseñó a recortar los papeles de las ventanas.
(Letra de “Anna’s Patio”, Traducción propia) ¹¹⁷*

En la canción “Yuzhen”, con una poesía melancólica, la banda Floruit Show reflexiona sobre el calor de los días dorados al lado de su abuela materna, contrastando el inevitable paso del tiempo con el deseo de permanecer en un recuerdo eterno.

*El viento arrugaba sus manos.
Todavía quiero que me coja la mano caminando lentamente
a los cálidos días dorados de antaño.
En ese momento, no tenía miedo del cielo y la tierra.
Hace viento.*

¹¹⁷ Canción original en chino: 晴日共剪窗

Los versos: 在我很小很小的时候/曾经有个四合小院哪/那里住着我和奶奶/还有一只小花猫/那时的小院种满了花/台阶下面有青草/那时的我呀手里拿一本/唐诗宋词三百首/那时的奶奶教我念/白鹅曲项向天歌/等到太阳明亮的时候/还会教我剪窗花

Artista: 程璧 Álbum: 晴日共剪窗 (2012)

Nota: El nombre en inglés aparece en su álbum.

*Ya es la hora de volver.
Ve, ves
que todo el pasado está aquí.
También iré al mundo grande.
Solo espera
hasta que termine este viaje.*
(Letra de “Yuzhen”, Traducción propia) ¹¹⁸

La canción “Parecía Habitual en el Pasado”, de Xie Chunhua, captura la sensación de una separación que parecía trivial en su momento, pero que ahora, entre la distancia y el tiempo, se convierte en un recordatorio de la fugacidad de la vida y la imperfección de las conexiones humanas.

*Cuando nos separamos, sentí que era un hábito en ese momento,
Todo era plano y sin complicaciones.
Cuando cae la lluvia, pienso en ese tipo de paz mental.
La risa todavía está en mis oídos.

Ahora estamos en ambos extremos de la ciudad.
Difícil de encontrar cuando estamos lejos el uno del otro.
En realidad, no deseo mucho.
Después de todo, la vida es tan corta que no existe perfección.*
(Letra de “Parecía Habitual en el Pasado”, Traducción propia) ¹¹⁹

Crítica y grito de las cuestiones sociales:

¹¹⁸ Canción original en chino: 玉珍

Los versos: 风吹皱了她的手啊/还想她拉着我慢慢走啊/走到温暖金黄色的旧日子里啊/那时我天不怕地也不怕/起风啦/该回去啦/你看 你看/所有过往都在这儿呢/大世界 我也会去呀/等著 等著/我走完这段路就来了

Artista: 福禄寿乐队 Álbum: 玉珍 (2019)

¹¹⁹ Canción original en chino: 只道寻常

Los versos: 离别时只道是当时习惯/一切都很平淡不觉出彩/雨落时才想起那种心安/欢声和笑语还在我耳畔/如今已各自在城市两端/相距远相见难不聚只散/其实我并没有太多期盼/毕竟一生很短少有圆满

Artista: 谢春花 Álbum: 知非 (2017)

La crítica y el grito de las cuestiones sociales siempre forman una parte importante de lo que la música independiente intenta expresar. Por consiguiente, los temas sociales son naturalmente preferidos por los autores independientes. En la segunda década de este siglo XXI, la música independiente en China también toma iniciativa para desvelar problemas sociales de diferentes aspectos generales y alternativos. Si se trata de los aspectos generales, los autores están más inclinados a extraer reflexiones de su propia experiencia de vida y luego transmitirlas a la audiencia. Mientras que los autores que enfocan en temas alternativos describen fenómenos sociales según sus observaciones.

Entre los temas de las canciones seleccionadas para analizar la creación de la música independiente en esta época, se ven los temas sobre la crisis de confianza médico-paciente, la imagen internacional del Made in China, el consumismo y la ostentación de riqueza, el aborto, la vida de las trabajadoras sexuales transgénero, etc.

Por ejemplo, la canción “No Such Disease” cuestiona la confianza entre médicos y pacientes, utilizando un ritmo repetitivo para explorar la manipulación psicológica y la percepción de enfermedades inexistentes.

Headache Dizziness

Asthma Irritable

Headache Dizziness

Asthma Irritable

Lie down Meditation

Relax Close your eyes

Lie down Meditation

Relax Close your eyes

Can You Trust Me

No Such Disease.

Can You Trust Me

No Such Disease.

Can You Trust Me

No Such Disease.

Can You Trust Me

No Such Disease.

(Letra de “No Such Disease”) ¹²⁰

La canción “Made in China” reflexiona con ironía y orgullo sobre la omnipresencia del “Made in China”, combinando elementos de cultura, tradición y globalización para destacar el impacto y los estereotipos asociados a China.

La alarma que te despierta, hecha en China.

Tu cepillo de dientes y pasta de dientes, hecho en China (yeah).

Pon tu desayuno en un tazón, hecho en China (yeah).

Saliendo por la puerta ponte un lápiz labial y abre un paraguas, hecho en China.

Sentado en la oficina, dando vueltas en la silla

360 grados de huella familiar.

Dibuja un loto con un bolígrafo de tinta, ponle sal cuando cocine.

Toda la familia en la foto fue hecha en China.

Desde la cabeza a los pies, algo debe hacerse en China.

Incluso la Universidad Estatal de Arizona enseña chino.

...

Yin yang feng shui, hecho en China

Del Taichi al i'ching, hecho en China

La gran muralla, hecha en China

De los Guerreros de terracota a la ciudad prohibida, hecha en China

Realmente no me conoces.

No hay tiempo para descansar.

¹²⁰ Canción original en inglés: *No Such Disease*

Artista: 大波浪乐队 Álbum: 蓝色的脸 (2018)

*Oculto en mi cajón,
y en la palma de mi mano,
hermano, te doy la bienvenida a la nación que hace magia a partir de 5.000 años
de cultura.*

Hecho en China te sorprenderá.

Estoy atrapado, nadie me salva.

(Letra de “Made in China”, Traducción propia) ¹²¹

La canción “Flexing So Hard” expone la superficialidad del consumismo y la obsesión por la ostentación de riqueza, utilizando una lírica provocadora para criticar la importancia desmedida del estatus y la imagen.

Hoy mi temperamento discreto es como un caballero, están adivinando mi edad.

*Mañana seré el modelo colgando dos bolsos Goyard con Versace en la pasarela
de la Semana de la Moda.*

Zapatos Vloner Bape Nike, yo juego, tú miras.

VIP en el bar Friday como yo Psy.P,

Mi vida es como una serie de televisión del director Spike Lee.

Estoy ostentando tan duro conduciendo sin licencia de conducir woah

Ostento tan fuerte que mis dientes están tachonados de diamantes.

Sí, soy un árbol de dinero.

¿Quién quiere ser mi vecino?

Envío bolso Gucci por vía aérea.

Soy rico como Gucci Mane.

¹²¹ Canción original en inglés: *Made in China*

Los versos: 闹钟把你叫醒 *made in China* (Yeah)/牙膏牙刷上面挤 *made in China* (Yeah)/把早餐放进陶瓷碗
made in China (Yeah)/搽唇膏出门打起伞 *made in China*/坐到公司里 旋转办公椅/360 度 熟悉的印记/钢笔画
了一朵莲花 *cookin'* 需要放点盐巴/相框里面框住全家 全部 *made in China*/全身上下总有中国货/亚利桑那也
有中文课... 阴阳风水 *made in China*/从太极两仪到八卦阵 *made in China*/万里长城 *made in China*/从秦始皇
陵到紫禁城 *made in China*/You don't really know me/没得时间休息/藏在我的抽屉/捏在我的手里/兄弟我欢迎
你来到这五千年历史中创造着神奇的国度里/*Made in China* 能折服你/沦陷着 *nobody saves me*
Artista: 更高兄弟 Álbum: *Black Cab* (2017)

(Letra de “Flexing So Hard”, Traducción propia) ¹²²

La canción “Lackluster No.”, de la banda Nova Heart, aborda el tema del aborto con delicadeza, enfocándose en la soledad y la ausencia de apoyo que puede acompañar a una experiencia tan personal y decisiva.

*Oh, little baby’s got a love on the way
She’s got a love on the way, oh oh
She’s got a big love, big love coming
And you know he wasn’t there for the show*

(Letra de “Lackluster No.”) ¹²³

Mientras que su canción “Beautiful Boys” ofrece una mirada íntima y melancólica a la vida de las trabajadoras sexuales transgénero, destacando su fuerza y resiliencia en un mundo que las consume mientras buscan sobrevivir y encontrar sentido.

*You came this for money
You’ve been standing for an hour or two
Well you know just what their wanted
And you just what to do

You’re a star in the art of waiting
For the people to come over to you
Well your playing what their playing
But you know it’s not for real*

¹²² Canción original en inglés: *Flexing So Hard*

Los versos: 今天我低调的气质像gentleman 他们在猜测我年龄/明天是model 在时装周走秀挂两个goyard 包
搭配Versace/Vlone Bape Nike shoes I play, you watch/Friday 酒吧 VIP 待遇 like me Psy.P/生活就像导演
Spike Lee 拍的电视剧/I flexing so hard driving 没有driving license woah/I flexing so hard my tooth 都镶满
diamond/Yeah I’m a money tree/Who wanna be my neighborhood/机场托运 Gucci bag/Rich like Gucci Mane
Artista: 更高兄弟 Álbum: *Five Stars* (2019)

¹²³ Canción original en inglés: *Lackluster No.*

Artista: Nova Heart Álbum: *Nova Heart* (2014)

*We might not love the life we're living
But we can find a way to live
We might know the word's their saying
But we can listen all night, listen all night, listen all night*

*You can the far for money
You've been tired for a very long time
When their rolling down their windows
And their calling out your line*

*Well you know that they call you honey
When you know that you don't got a name
Well your doing what your doing
But you know it's not for real
(Letra de "Beautiful Boys")¹²⁴*

Reflexiones filosóficas y metafóricas:

Las preocupaciones de la sociedad posibilitan que los músicos independientes tengan un pensamiento crítico, que inspira sus consideraciones sobre la vida y el ser humano. Por tanto, las reflexiones expresadas en muchas obras de música independiente son muy filosóficas y ricas en metáforas. Estas obras no tienen un tema específico, pero todas pueden hacer pensar a la gente. La misma canción puede tener muchas interpretaciones diferentes en la mente de diferentes receptores.

Para analizar este aspecto, en esta tesis, se han seleccionado ocho canciones de seis grupos musicales, que son "Another Kind of Love", "Beijing is Sinking", de la banda Chui Wan, "Intro", "Electronic Girl" de la banda Chinese Football, "Fill in" de The Big Wave, "Spring Breeze" de Hiperson, "Préstame" de Xie Chunhua, "¿Con Qué Puedo Abrazarte?" de Floruit Show.

¹²⁴ Canción original en inglés: *Beautiful Boys*
Artista: Nova Heart Álbum: *Beautiful Boys* (2012)

La canción “Another Kind of Love” reflexiona sobre la lucha interna frente a la incapacidad de afrontar la vida, simbolizada por un “tigre ciego” atrapado en una enfermedad emocional que no puede superar.

Ella no puede escuchar.

No puedo ver claramente.

Ella es un tigre ciego.

Si no puede aprender a jugar la vida

no puede escapar de la enfermedad cardíaca.

Ah, no puede escapar de la enfermedad cardíaca.

No puede escapar de la enfermedad cardíaca.

(Letra de “Another Kind of Love”, Traducción propia) ¹²⁵

“Beijing is Sinking” utiliza una imagen apocalíptica para criticar la decadencia de una ciudad emblemática, marcada por un colapso lento entre llamas y caos.

Beijing se está hundiendo.

Beijing se está hundiendo.

Llamas por todas partes.

Desacelerar.

Escuchar.

(Letra de “Beijing is Sinking”, Traducción propia) ¹²⁶

¹²⁵ Canción original en chino: 另一种爱

Los versos: 她听不見/也看不清/她是一只盲目的老虎/若学不會游戏人生/便逃不脱心病/啊 逃不脱心病/逃不脱心病

Artista: 吹万乐队 Álbum: 白夜 (2012)

Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

¹²⁶ Canción original en chino: 北京在下沉

Los versos: 北京在下沉/北京在下沉/四处都是火焰/放慢脚步走/去倾听

Artista: 吹万乐队 Álbum: 吹万 (2015)

Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

La canción “Intro” evoca una travesía peligrosa en una jungla salvaje y desconocida, donde la búsqueda de un tesoro metafórico confronta al explorador con la pérdida de humanidad.

El peligro acecha en las profundidades de la jungla.

Monstruo caníbal, tiempo inconstante.

Accidentalmente entré en la guarida de la bestia.

Ya no puedo recordar el rostro humano.

El peligro acecha en las profundidades de la jungla.

Han vivido en las llanuras durante generaciones.

Nado río arriba para aventurarme en la jungla.

¿Quizás hay un tesoro escondido adentro?

(Letra de “Intro”, Traducción propia) ¹²⁷

“Electronic Girl” narra la lucha de identidad y control, con una protagonista atrapada entre las expectativas del público y los hilos invisibles de una manipulación externa.

El público fuera del escenario está esperando que hagas el ridículo.

Y hay alguien detrás de la cortina manipulando.

Ella quiere decir y quiere preguntar quién es ella.

Sigue girando y girando, ¿para quién?

Ella quiere decir y quiere preguntar quién es ella.

La tierra dijo que no te importa, solo sígueme.

(Letra de “Electronic Girl”, Traducción propia) ¹²⁸

¹²⁷ Canción original en chino: 游戏开始

Los versos: 丛林的深处隐藏着危险/吃人的怪物善变的天/不小心钻进野兽的巢穴/再记不清人类的脸/丛林的深处隐藏着危险/他们世代生活在平原/我逆流而上到丛林冒险/也许有宝藏躲在里面?

Artista: Chinese Football Álbum: *Chinese Football* (2015)

Nota: Este nombre en inglés aparece en su álbum.

¹²⁸ Canción original en chino: 电动少女

Los versos: 舞台下的观众 在等着你出丑/而幕布的背后 还有人在操纵/她想说 她想问 她是谁/一直转一直转 是为了谁/她想说 她想问 她是谁/地球说你不用管 就跟我转

Artista: Chinese Football Álbum: *Here Comes a New Challenger!* (2017)

Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

“Fill In” juega con un lenguaje fragmentado y enigmático para explorar el miedo a perderse en la rutina y el conformismo, cuestionando los límites entre lo falso y lo correcto.

Fill in
Be afraid of be fill in
Fill in
Be careful of be fill in
Backspin
This is a nice backspin
Lynchpin
What is lynchpin
Cancel false Cancel right
(Letra de “Fill In”)¹²⁹

“Spring Breeze” presenta un mundo imaginario lleno de posibilidades donde los errores pierden su peso, invitando al oyente a reflexionar sobre el escape y la libertad en un paisaje insondable.

¿Hay otros mundos además del tuyo, además del mío?
Allí, los errores y los éxitos rara vez dañan a las personas,
los trucos se despliegan y las imágenes van y vienen sin cesar.
Al ir allí, ya no necesitará mirar a su alrededor,
y tal vez pueda deshacerme de los cargos malignos.
Vi un paisaje insondable en la parte delantera y trasera.
Sin historia, solo una voz que resonaba: “¡Bienvenido, bienvenido, bienvenido,
bienvenido a venir aquí!
¡El logro humano es una pequeña pendiente aquí!”

¹²⁹ Canción original en inglés: *Fill In*

Artista: 大波浪乐队 Álbum: *The Big Wave* (2016)

(Letra de “Spring Breeze”, Traducción propia)¹³⁰

“Préstame” expresa un deseo de recuperar emociones perdidas y momentos simples, mientras enfrenta la indiferencia de una vida carente de propósito y pasión.

Préstame la sensación de matar la mediocridad.

Préstame el patetismo y los gritos de indulgencia.

Préstame el latido del corazón palpitante como antes.

Préstame mañanas y tardes cómodas

para mirar el tiempo pasar en silencio.

Préstame la mudez.

No me importa, no pregunto, no hablo, ni pienso.

(Letra de “Préstame”, Traducción propia)¹³¹

“¿Con Qué Puedo Abrazarte?” explora la melancolía existencial, cuestionando el propósito de la vida mientras compara su fugacidad y esplendor con una canción agri dulce que resiste el olvido.

¿Quieres ver florecer el mar de flores?

¿Quieres ver el regreso de la golondrina?

Si no pueden volver,

entonces, ¿para quién debo existir?

Por disfrutar de su esplendor,

por soportar su decadencia,

¹³⁰ Canción original en chino: 春风

Los versos: 除了你的，除了我的，是不是还存在别的世界？在那里，犯错和成功很少伤害到人们，各种花样层层剥开，诸多形象无穷地消长。去了那里，你一定不再需要瞻前顾后，我兴许也能摆脱邪恶的罪名。只见前前后后是深不可测的景色，没有故事，只有一个声音在回响：‘欢，欢迎，欢迎，欢迎你过来！人类的成就是这里的一座小土坡！’

Artista: 海朋森乐队 Álbum: 成长小说 (2020)

Nota: En plataformas internacionales, esta canción se encuentra bajo su título en inglés.

¹³¹ Canción original en chino: 借我

Los versos: 借我杀死庸碌的情怀/借我纵容的悲怆与哭喊/借我怦然心动如往昔/借我安适的清晨与傍晚/静看光阴荏苒/借我喑哑无言/不管不顾不问不说/也不念

Artista: 谢春花 Álbum: 算云烟 (2016)

*dijiste que no me persiguieras pero eres renuente a dejarlo atrás,
así que la vida es tan amarga como una canción.*

¿Qué eres en esta vasta galaxia?

¿Qué eres en sus dulces ojos?

*Cayeron con luz brillante pero son renuentes a despedirse,
así que la vida es tan brillante como una canción.*

(Letra de “¿Con Qué Puedo Abrazarte?”, Traducción propia)¹³²

Retratos de la vida de la población rural:

En la sociedad humana actual, la ciudad sin duda alguna ha convertido en el centro del desarrollo de la cultura popular. Como una parte de la cultura popular que no puede ser ignorada, la música independiente lleva la impronta de la ciudad. Sin embargo, siempre hay algunos músicos que intentan volver al campo y buscan la cultura popular más tradicional y distintiva. Además de ser diferente en características musicales, el contenido de su expresión también es diferente. Por ejemplo, el músico Zhang Gasong seleccionado en esta tesis, sus obras son principalmente retratos de la vida de la población rural.

La vida de la hermana mayor fue muy dura.

Era difícil criar a sus hermanas menores.

Sirvió como padre y madre.

Nunca se casó en toda su vida.

La vida de la hermana mayor fue realmente amarga.

Probó todo el sufrimiento del mundo.

Trabajó duro para sus hermanas menores.

¹³² Canción original en chino: 我用什么把你留住

Los versos: 想不想看花海盛开/想不想看燕子归来/如果都回不来/那么我该为了谁而存在/因为享受着它的灿烂/因为忍受着它的腐烂/你说别追啊又依依不舍/所以生命啊它苦涩如歌/在这浩瀚星河你是什么/在她温柔眼眸的你是什么/闪着光坠落又依依不舍/所以生命啊它璀璨如歌

Artista: 福禄寿乐队 Álbum: 我用什么把你留住 (2018)

Murió de agotamiento en el terreno.

(Letra de “Hermana Mayor”, Traducción propia)¹³³

El otoño ya está aquí, el osmanthus de olor dulce emana fragancia.

Yo soy tus grandes ojos y tú eres mi ovejita.

Me pongo la chaqueta de cuero, monto en la motocicleta.

Abraza mi cintura y vamos a Xinjiang.

Se acerca el invierno, me pongo el Dudou¹³⁴ rojo.

Los copos de nieve caen sobre tu cabeza, pareces un hada del cielo.

Juntamos las manos, juntamos la boca.

Ponemos una colcha sobre el kang¹³⁵ caliente y jugamos hasta el amanecer.

(Letra de “Enamorarnos”, Traducción propia)¹³⁶

4.5. El resumen de la creación de la música independiente en China

Concluyendo esta sección podemos decir que la música independiente en China continental es muy joven en comparación con la música independiente occidental. Se cree generalmente que el *rock* de la primera mitad de los 90 dio origen al desarrollo de la música independiente en China. Así, el *rock* es considerado el principal género de la música independiente, y su fusión con otro estilo de música independiente, el *folk*, en el subgénero conocido como *folk-rock*, también es una fuerza significativa en la música independiente, aunque a veces la línea entre el *folk-rock* y el *rock* no es muy clara. Las canciones *folk* del campus, que surgió casi simultáneamente con el *rock*,

¹³³ Canción original en chino: 姐姐

Los versos: 姐姐的命真苦啊/拉扯姊妹真辛苦/又做爸又做妈/一辈子就没出嫁/一辈子就没出嫁/姐姐的命真苦啊/尝尽了人世间苦啊/为了姊妹做牛做马/累死在了田埂上/累死在了田埂上

Artista: 张尕怂 Álbum: 泥土味 (2014)

¹³⁴ El *Dudou* (en chino: 肚兜) es una ropa interior ajustada que protege el pecho y el abdomen en la ropa tradicional china, y lo usan principalmente mujeres y niños. En el área de Guanzhong de Shaanxi, *Dudou* suele ir acompañado de importantes eventos de la vida. Las mujeres también harán *Dudou* para su futuro esposo.

¹³⁵ El *kang* (en chino: 炕) es un sistema de calefacción radiante tradicional del norte de China.

¹³⁶ Canción original en chino: 谈恋爱

Los versos: 秋天来了 桂花十里香/我是你的大眼睛 你是我的小绵羊/皮夹克穿上 尕摩托骑上/你把哥哥的腰抱上 我们浪新疆/冬天来了 红裹图穿上/雪花落在你头上 像仙女下天堂/手儿手拉上 嘴儿嘴对上/热炕上被包上 要耍到天亮

Artista: 张尕怂 Álbum: 美滴很 (2016)

también tuvo una profunda influencia en la música *folk* independiente posteriormente reconocida. El *rock* y las canciones *folk* del campus alcanzaron su apogeo a mediados de los años 90, y pronto cayeron en declive por un influjo de la cultura popular fuera del continente, no tenían inicialmente las características de la música independiente. En cambio, eran una forma de música popular que se distinguía de la música oficial. Eran populares entre los estudiantes universitarios que en aquel entonces fueron realmente conocidos como élites.

En la segunda mitad de los años 90, la música independiente china empezó a surgir de verdad. En ese momento, debido a la entrada en el mercado continental chino de música popular de fuera del continente, principalmente de Europa, EE.UU., Corea del Sur y las regiones de Hong Kong y Taiwán, el *rock* que una vez fue popular empezó a ser considerado como música *underground*, mientras que las canciones *folk* del campus comenzó a desaparecer poco a poco. Debido a la presión del mercado, la situación económica de los músicos independientes era preocupante y muchos de ellos tuvieron que buscar otros medios de subsistencia. Las características elitistas de los músicos del *rock* y las canciones *folk* campus desaparecieron. La mayoría de estos músicos eran personas que amaban la música pero no habían recibido educación musical profesional. Beijing se convirtió en el centro de la música independiente en ese momento, y muchos músicos llegaron desde sus lugares de origen para perseguir sus sueños musicales.

Después de entrar en la segunda década del siglo XXI, con el cambio en la forma de difusión de la música, la popularidad de la música pop global ha disminuido y el mercado musical de China continental también ha experimentado un cambio. Los músicos independientes del continente han tenido la oportunidad de respirar un poco y gradualmente han entrado en la vista pública. En este momento, la independencia y la popularidad de la música independiente se convierten en un tema interesante y también en la realidad o la oportunidad a la que se enfrentan los músicos independientes.

Debido a la continuidad de tiempo y las diferencias en las distintas etapas de desarrollo social, la música independiente de China continental presenta ciertas similitudes y continuidades en términos de características musicales y temas en diferentes momentos, pero también conserva huellas propias de cada época. Por un lado, los géneros musicales son siempre varios y los elementos culturales tradicionales de China son añadidos en la creación de las obras, como los instrumentos musicales tradicionales y las presentaciones artísticas locales. En cuanto a los idiomas en que interpretan sus obras, los músicos utilizan chino mandarín, inglés y dialectos. La poesía de las letras es también una característica de la música independiente, y algunos artistas incluso componen y adaptan poemas directamente en canciones. Con respecto a los temas de la música independiente, la juventud, el amor, la realidad, la vida y la identidad nunca desaparecen. En las obras de los músicos independientes se puede encontrar tanto la reflexión y registro de su vida y experiencias emocionales verdaderas, como también un compromiso humanitario y una participación activa en la realidad social.

Por otro lado, es importante destacar que cada época tiene su propia variedad de estilos musicales, lo que hace que la música independiente sea cada vez más rica y diversa. Además, la audiencia está constantemente expuesta a nuevos géneros musicales que emergen con el tiempo. Se puede decir que la diversidad en la música no solo es enriquecedora para el oyente, sino que también fomenta la creatividad y la innovación en la industria musical. Por ejemplo, el concepto de cantautor surgió en la segunda década de este siglo y se convirtió gradualmente en el estándar y requisito para que tanto el mercado como el público evalúen el nivel de los músicos. Los músicos independientes naturalmente poseen las características de un cantautor, por lo que cada vez son más reconocidos por el público en general. En su proceso creativo, los músicos independientes logran una mayor claridad en su identidad personal y cultural, gracias a la reflexión sobre sus propias emociones y experiencias. Al mismo tiempo, algunos artistas prestan una atención cada vez más amplia a los fenómenos

sociales, tales como la situación de las personas que viven en las afueras de las ciudades y los grupos marginados de la sociedad.

Capítulo 5. Producción, distribución y difusión de la música independiente en China

La música independiente en China ha experimentado un notable desarrollo y evolución desde su aparición a mediados de los años 90. En sus inicios, esta forma de música dependía principalmente de conciertos *underground* y espacios alternativos como librerías, que no solo ofrecían un escenario para las actuaciones, sino que también se convirtieron en centros de intercambio cultural. A partir del año 2000, la difusión de la música independiente comenzó a beneficiarse de los avances en tecnología digital y la expansión de Internet. En particular, durante el periodo de 2000 a 2010, plataformas digitales como foros en línea, blogs y el intercambio P2P jugaron un papel crucial en la distribución de música independiente, mientras que el surgimiento de los *live houses* proporcionó espacios de actuación más estables para los músicos independientes. Además, en esta etapa, los sellos discográficos independientes y los festivales de música también apoyaron la expansión de la música independiente en el mercado principal. Después de 2010, el auge de los programas de variedades y las plataformas de *streaming* promovió aún más la visibilidad de la música independiente, permitiendo que llegara a un público más amplio. Al mismo tiempo, las plataformas de vídeo corto proporcionaron una exposición sin precedentes a los artistas independientes. Aunque la pandemia global de COVID-19 trajo desafíos para los eventos en vivo, los músicos independientes continuaron innovando y creciendo a través de conciertos online y medios digitales, demostrando su capacidad de adaptación y vitalidad. Esta sección examinará en detalle los métodos de distribución y difusión de la música independiente en China a lo largo de estas etapas, revelando cómo ha evolucionado y ampliado su influencia en un entorno social y tecnológico en constante cambio.

5.1. La formación inicial, la difusión subterránea y la digitalización de la música independiente (1995-2010)

A mediados de la década de 1990, la sociedad china vivió profundos cambios debido al movimiento político de “Reforma y Apertura”, lo que llevó a una creciente diversidad cultural. La influencia de la música occidental, especialmente el *rock* y el *punk*, en la nueva generación de jóvenes se intensificó, creando un entorno propicio para el surgimiento de la música independiente en China. En este período, la música independiente en China se desarrolló principalmente en el ámbito *underground* (Qu, 2017: 118). Los músicos solían distribuir sus trabajos a través de discos autoeditados, CD-R y cintas magnéticas, y estos productos musicales se difundían principalmente en pequeños conciertos y eventos *underground*, con un alcance relativamente limitado. Las librerías y lugares de arte *underground* se convirtieron en canales clave para la distribución y promoción de la música independiente. Estos lugares no solo servían como puntos de venta para la música, sino que también ofrecían plataformas para que los músicos independientes se presentaran, como el bar Haoyun y el bar Wuming Gaodi en Beijing (Qu, 2017: 118), que eran importantes espacios para actuaciones musicales. Estos sitios también facilitaron el contacto directo y la comunicación entre los músicos y el público, ayudando a que la música independiente ganara influencia dentro de su pequeño círculo.

A partir de la década de 2000, el entorno de la música independiente en China experimentó cambios significativos. Surgieron discográficas independientes como Modern Sky y Maybe Mars, que no solo ofrecieron servicios profesionales de grabación y producción, sino que también impulsaron el desarrollo de la música independiente mediante la publicación de álbumes y la organización de festivales. Los festivales de música independiente como el Strawberry Music Festival y el Midi Music Festival se convirtieron en plataformas clave para que los músicos mostraran su talento, aumentando notablemente la visibilidad de la música independiente a través de actuaciones en vivo y diversas actividades musicales.

Al mismo tiempo, la aparición de los *live houses* tuvo un impacto considerable en la música independiente. Los lugares como “Yugong Yishan” en Beijing y “Yuyintang” en Shanghai ofrecieron espacios de actuación dedicados para músicos independientes, permitiéndoles interactuar directamente con el público y expandir el alcance de su música.

El rápido avance de la tecnología digital trajo nuevas oportunidades para la distribución y difusión de la música independiente. La popularización de Internet permitió que el intercambio de archivos P2P, los foros de música y los primeros blogs se convirtieran en plataformas clave para la promoción de la música independiente. Además, comunidades en línea como Douban jugaron un papel importante, ya que los músicos utilizaron estas plataformas para publicar su música, recibir retroalimentación y ampliar su audiencia a través del boca a boca.

5.1.1. La formación de la escena de la música *underground*

En la década de 1990, la escena musical *underground* de Beijing fue tomando forma, destacándose especialmente el *rock underground*, que influyó profundamente en la juventud de la época. El *rock* en China no solo representaba un cambio en el estilo musical, sino que también simbolizaba la rebeldía y la individualidad, contrastando claramente con la cultura dominante. Los músicos de *rock* adoptaron un enfoque DIY (hazlo tú mismo) (Qu, 2017: 119), creando y distribuyendo su música de manera independiente, sin depender de la industria musical convencional. Esto dio lugar a la creación de sellos discográficos independientes y a las primeras redes alternativas de distribución. En este contexto, Beijing se convirtió en el epicentro y la cuna de la música *underground*.

Los pequeños clubes y los espacios de conciertos *underground* se convirtieron en las principales plataformas para que los músicos independientes mostraran su trabajo y difundieran su música. El bar Haoyun en Beijing fue uno de los lugares más emblemáticos, donde se presentaron figuras clave del *rock* chino como Cui Jian, Tang Dynasty, He Yong, Zhang Chu, Dou Wei y Second Hand Rose. Estos músicos

aprovecharon estos escenarios para expresarse, permitiendo que la cultura *rock* se expandiera en los círculos *underground*. El bar Wuming Gaodi fue otro lugar importante, acogiendo a artistas como Wan Xiaoli, la banda Wang Wen y Zhou Yunpeng, quienes utilizaron su música para expresar su individualidad y reflexionar sobre la realidad social.



Figura 7 La barra del Haoyun
(Fuente: Sina¹³⁷)

Al mismo tiempo, el *Scream Club* se convirtió en la cuna del *punk* en China¹³⁸, reuniendo a jóvenes bandas que rechazaban la corriente principal y las normas tradicionales. A través de su música enérgica y directa, estas bandas expresaron su descontento y resistencia frente a la realidad social, promoviendo la cultura *punk*. Estos clubes *underground* no solo eran lugares de conciertos, sino también espacios culturales donde los músicos y el público podían interactuar y compartir ideas, contribuyendo al crecimiento de la música independiente en la escena *underground* de China.

¹³⁷ La imagen es del anuncio titulado “新豪运酒吧简介” (traducción al español: *Introducción al nuevo bar Haoyun*) publicado por Sina Entertainment, el 22 de abril de 2008.

Enlace: <https://ent.sina.cn/music/rock/2008-04-22/detail-icczmvun3598790.d.html?from=wap>

¹³⁸ Se puede consultar los detalles en el artículo titulado “嚎叫俱乐部与北京朋克的故事 吕玻” (traducción propia al español: *La historia del Scream Club y el punk de Beijing - Lyu Bo*), publicado en Douban, el 16 de diciembre de 2009. Enlace: https://www.douban.com/group/topic/9071805/?_i=2993253ufrCanN



Figura 8 El póster dibujado a mano por Lyu Bo, fundador de Scream Club
(Fuente: Jiamian¹³⁹)

5.1.2. Autoproducción y distribución artesanal

A mediados de la década de 1990, los músicos independientes en China enfrentaban una gran dificultad debido a la falta de equipos de grabación profesionales y canales de distribución. Por ello, se vieron obligados a utilizar técnicas simples y métodos artesanales para lanzar su música. Según Qu, en aquellos tiempos, la grabación se realizaba a menudo con grabadoras portátiles, lo que significaba que los músicos solo podían grabar una pista a la vez. Esto limitaba la capacidad de modificar o ajustar las grabaciones después de que se habían hecho, por lo que cualquier error requería una nueva grabación (Qu, 2017: 119). Aunque este método restringía la precisión, también impulsaba a los músicos a concentrarse en la improvisación y en capturar la esencia de la música en una sola toma, lo que contribuyó a definir el estilo único de la música independiente en sus primeros años.

¹³⁹ La imagen es del artículo titulado “北京京儿真儿摇儿滚儿” (traducción propia al español: *El rock auténtico de Beijing*) publicado en Jiamian, escrito por 上流 UpFlow 安非, editado por 未生, el 25 de septiembre de 2019.

Enlace: <https://m.jiemian.com/article/3533602.html>

Qu indicó que la llegada de las grabadoras de cuatro pistas supuso un gran avance para los músicos independientes (Qu, 2017: 119). Estos equipos permitían grabar múltiples pistas en una sola canción, simulando el efecto de varios músicos tocando al mismo tiempo. La disponibilidad de grabadoras de cuatro pistas ofreció a los músicos una mayor flexibilidad en la composición y les permitió crear trabajos más complejos, incluso con equipos básicos. Este desarrollo tecnológico fue un pequeño pero significativo salto para la música independiente, promoviendo la diversidad en la producción musical de la época.

En cuanto a la distribución, debido a la falta de apoyo de los sellos discográficos convencionales, los músicos independientes solían lanzar sus obras mediante discos hechos a mano, CD-R y cintas caseras. Muchos músicos se encargaban personalmente de cada etapa del proceso, desde la grabación y producción hasta el empaquetado. Estas obras autoproducidas se difundían principalmente a través de conciertos pequeños o mediante el boca a boca entre amigos, lo que, aunque limitaba su alcance, reforzaba el sentido de comunidad y pertenencia en el ámbito de la música independiente.

En los conciertos pequeños o reuniones, los músicos solían vender directamente estas obras a los asistentes, e incluso regalarlas a amigos como recuerdos. Dado que los canales de distribución eran limitados, la música independiente de esa época generalmente circulaba solo dentro de círculos específicos. Sin embargo, esta forma de interacción directa ayudaba a los músicos a establecer una conexión más cercana con su audiencia y sentaba las bases para el desarrollo de la cultura de la música independiente.

5.1.3. Librerías y revistas musicales

En la difusión temprana de la música independiente en China, las librerías y revistas musicales desempeñaron un papel crucial. Los lugares como la librería Fangzhou (en chino: 方舟书店) no solo vendían CDs y cintas relacionadas con la música independiente, sino que también ofrecían espacios para el intercambio cultural y la

difusión musical, convirtiéndose en plataformas clave para la interacción de ideas y la exposición del arte independiente. Estos espacios, al no contar con el apoyo de la corriente principal, crearon un entorno comunitario único que ayudó a la música independiente a ganar influencia dentro de círculos más reducidos.

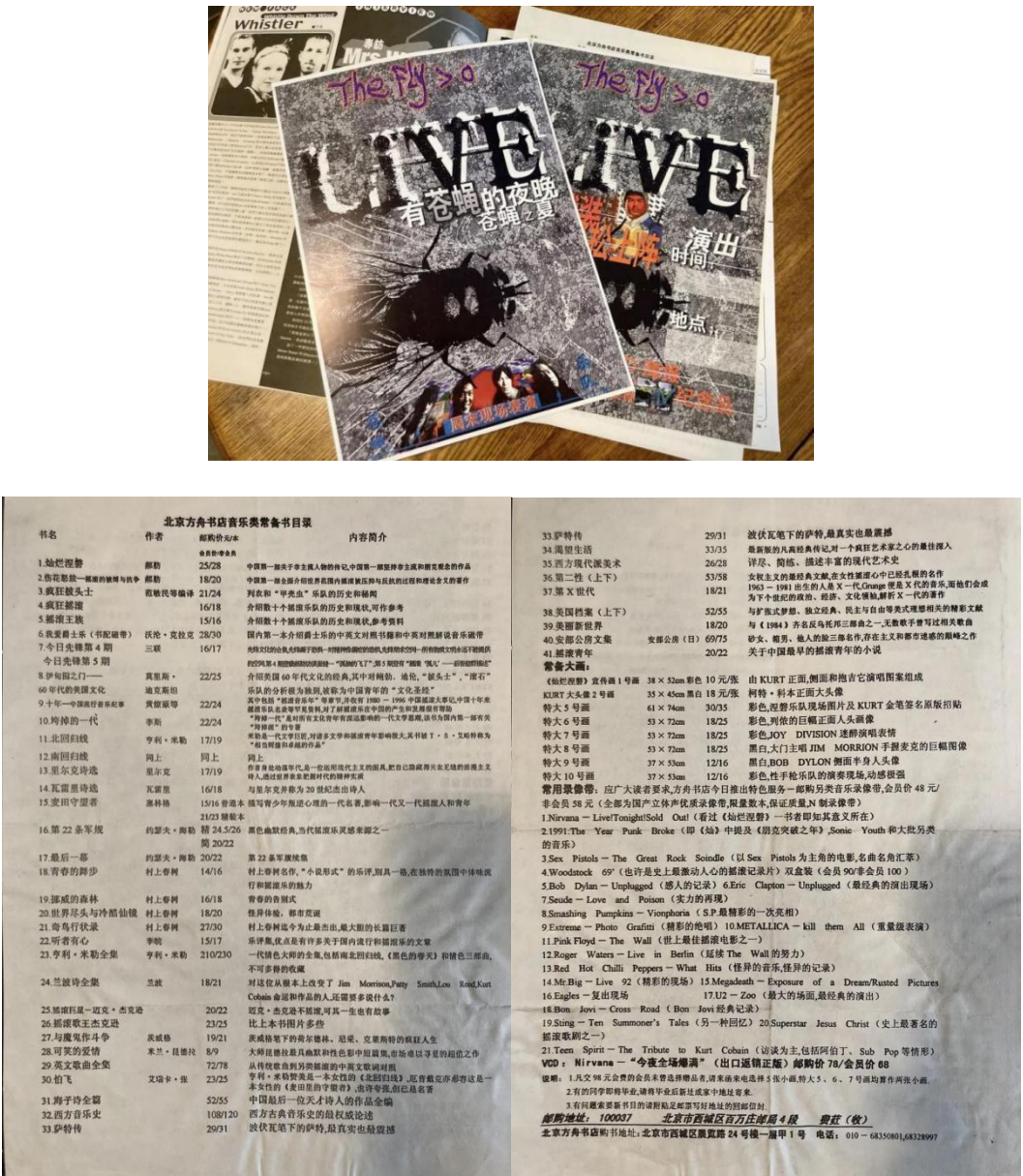


Figura 9 El póster de actuaciones y el catálogo habitual de libros de música, carteles y VCDs de la Librería Fangzhou a finales de los años 90 (Fuente: Douban¹⁴⁰)

¹⁴⁰ Las imágenes son del artículo titulado “方舟书店” (traducción propia al español: *Librería Fangzhou*) publicado en Douban, escrito por 一曲微茫, el 29 de abril de 2021. Enlace: https://www.douban.com/note/800598271/?_i=8669296ufrCanN

Al mismo tiempo, las revistas musicales también jugaron un papel importante en la difusión de la música independiente. Estas revistas solían incluir un CD o una cinta de regalo. La revista *Canciones Populares* (en chino: 通俗歌曲), fundada en 1987, bajo la dirección del músico de *rock* Li Hongjie, se posicionó decididamente como una revista dedicada al *rock*, lo que promovió la difusión del género en China. En 1998, El *Paraíso Musical* (en chino: 音乐天堂) lanzó el especial *Era Punk* (en chino: 朋克时代), seguido por la revista *Rock en Auge* (en chino: 盛世摇滚). Al año siguiente, el editor Yang Bo fusionó ambas publicaciones para crear *Música Libre* (en chino: 自由音乐), una revista que se destacaba por su “texto más severo, emociones más auténticas y el *rock* más vanguardista”¹⁴¹. Estas revistas no solo tuvieron un gran impacto en los círculos culturales, sino que también proporcionaron a los músicos independientes una mayor visibilidad.



¹⁴¹ La información proviene del artículo “音乐杂志挑战流行音乐埋头圈内难免曲高和寡” (traducción propia al español: *Las revistas musicales buscan desafiar el enfoque cerrado de la música pop, ya que este aislamiento suele llevar a que su sofisticación sea comprendida solo por unos pocos*) publicado en Guangmingwang, escrito por 吴虹飞, el 17 de mayo de 2000. Enlace:

<https://www.gmw.cn/01ds/2000-05/17/GB/2000%5E300%5E0%5EDS212.htm>



Figura 10 Las portadas de *Canciones Populares*, *Paraíso Musical*, *Era Punk*, *Rock en Auge* y *Música Libre*
(Fuentes: The Paper¹⁴², Douban¹⁴³)

Además, la revista *Ruido* (en chino: 杂音), fundada en Guangzhou, fue especialmente innovadora al satisfacer los gustos de los aficionados a la música alternativa. Posteriormente, surgieron otras publicaciones como *Música Pesada* (en chino: 重型音乐), *Música Extrema* (en chino: 极端音乐) y *Era Gótica* (en chino: 哥特时代), que se enfocaron en diferentes estilos musicales. Estas revistas no solo respondieron a las demandas musicales diversas, sino que también promovieron el florecimiento de la cultura musical *underground* en China. Aunque *Modern Sky* (en chino: 摩登天空) solo publicó diez ediciones, dejó un impacto significativo, mientras que *So Rock! Magazine* (en chino: 我爱摇滚乐), de Shijiazhuang, logró un gran éxito con su enfoque rebelde, combinaba temas nacionales y sociales con el *rock*, convirtiéndose en una publicación influyente en todo el país. A través de su profunda

¹⁴² Las imágenes de las portadas de las revistas *Canciones Populares*, *Paraíso Musical* provienen del anuncio “《通俗歌曲·摇滚》休刊，一本杂志的两次死亡和一百种声音” (traducción propia al español: *La revista Canciones Populares · Rock cierra su publicación: dos muertes de una revista y cien voces diferentes*) publicado en The Paper, el 11 de enero de 2018. Enlace: https://m.thepaper.cn/kuaibao_detail.jsp?contid=1946703&from=kuaibao

¹⁴³ Las imágenes de las portadas de las revistas *Era Punk*, *Rock en Auge* y *Música Libre* son las portadas del álbum que acompaña a la revista correspondiente en Douban. Enlaces: <https://music.douban.com/subject/3437382/>, <https://music.douban.com/subject/1418423/>, <https://music.douban.com/subject/3176493/>

comprensión cultural y su atención a la música independiente, estas revistas jugaron un papel crucial en el desarrollo de la música independiente en China.¹⁴⁴



Figura 11 Las portadas de *Música Pesada* y *Música Extrema*
(Fuente: Wechat¹⁴⁵)



Figura 12 Las portadas de Modern Sky
(Fuente: Douban¹⁴⁶)

¹⁴⁴ El contenido relacionado con las revistas de música está basado principalmente en datos aportados en el artículo titulado “关于国内一些摇滚杂志” (traducción propia al español: *Sobre algunas revistas de rock en China*) publicado en el grupo de Douban Arch Enemy, escrito por 红烧康师傅, el 4 de noviembre de 2008. Enlace: <https://www.douban.com/group/topic/4554363/?i=8747067ufrCanN>

Arch Enemy es una banda sueca de *death metal* melódico, formada en Halmstad en 1995.

Referencia: https://es.wikipedia.org/wiki/Arch_Enemy Fecha de referencia: 12 de octubre de 2024

¹⁴⁵ Las imágenes de las portadas de *Música Pesada* y *Música Extrema* son del artículo titulado “那些年我们抢过的音乐杂志，今何在” (traducción propia al español: *¿Qué ha sido de las revistas de música que solíamos pelear por conseguir en aquellos años?*) publicado en la cuenta pública oficial de Wechat Soundlibrary 声音图书馆, escrito por 天枫巫师, el 8 de junio de 2018. Enlace: <https://mp.weixin.qq.com/s/ijAv0J0GwARFtPbD7emYUA>

¹⁴⁶ Las imágenes de las portadas de *Modern Sky* son del artículo titulado “那些年，摩登天空杂志吹过的牛逼……” (traducción propia al español: *En esos años, las exageraciones de la revista Modern Sky...*) publicado por

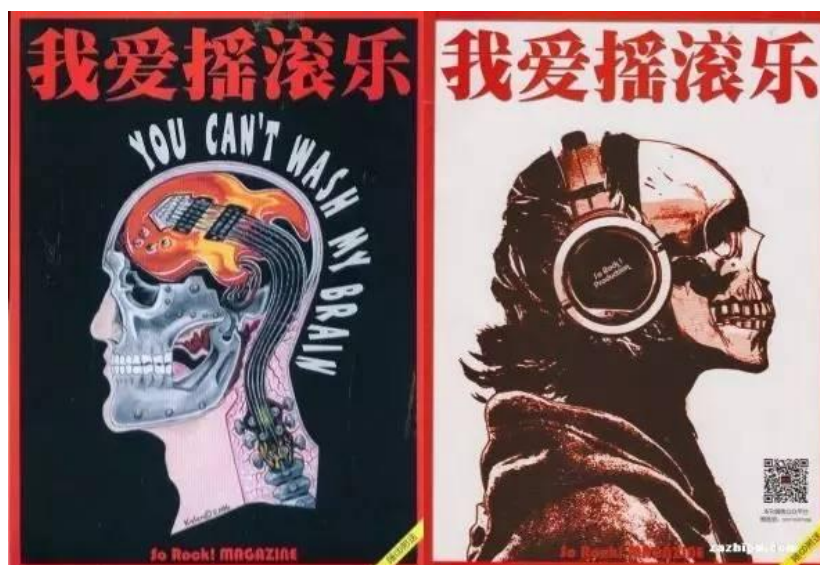


Figura 13 *Las portadas de So Rock! Magazine*
(Fuentes: Jiamian¹⁴⁷)

5.1.4. Sellos discográficos independientes

El sello independiente se refiere a una empresa de pequeña escala y que no tiene una gran inyección de capital para promover y distribuir obras musicales independientes. Los sellos independientes a menudo muestran una fuerte actitud anti-mainstream, y las obras publicadas enfatizan el concepto de independencia. Este tipo de independencia no solo es independiente de la creación de música popular convencional, sino también de las principales discográficas que persiguen puramente beneficios comerciales. Duan Siying indica: “Un sello discográfico independiente es un concepto relativo que hace referencia a pequeñas empresas no vinculadas a instituciones estatales y cuyo objetivo principal no es el lucro, sino la distribución de música independiente y la promoción cultural” (Duan, 2011: 72. Traducción propia).

Después del nacimiento de la música independiente, hubo *fans* comunes que formaron pequeños grupos para tocar juntos su música favorita, y luego aparecieron sellos

摩登天空 ZERO, la cuenta oficial de la nueva revista de la discográfica Modern Sky, el 14 de noviembre de 2016. Enlace: https://www.douban.com/note/591889981/?_i=8749089ufrCanN

¹⁴⁷ Las portadas de So Rock! Magazine son del artículo titulado “这些音乐杂志被停刊，原因你却猜不到” (traducción propia al español: *Estas revistas de música han sido suspendidas, y la razón te sorprenderá*) publicado en Jiemian, escrito por 民谣故事, el 1 de enero de 2017. Enlace: https://m.jiemian.com/article/1046029_yidian.html

independientes. La existencia de sellos independientes ha promovido enormemente el desarrollo de la música independiente, su cantidad y calidad también son indicadores importantes de la ecología musical independiente. A diferencia de los sellos tradicionales, los sellos independientes no están agobiados por las ventas de discos y las listas de música, su tarea principal es encontrar buenas canciones.

El desarrollo de sellos musicales independientes en China se originó en la década de los 90 del siglo pasado, cuando la música *rock* estaba emergiendo en China. Entre el primer grupo de músicos de *rock* conocidos, como Cui Jian, Black Panther, etc., algunos de ellos no se unieron a grandes compañías discográficas, como los músicos de pop, sino que optaron por establecer estudios de música independiente que fue el predecesor del primer grupo de sellos musicales independiente de China. Sin embargo, en aquel entonces, la reputación de los músicos era mucho mayor que la de los estudios. Hasta 1997, el establecimiento de la discográfica Modern Sky marcó el comienzo de un desarrollo comercial a gran escala para los sellos musicales independientes chinos. En las primeras etapas de desarrollo, el modelo de ingresos del sello giraba principalmente en torno a las ventas récord y las actuaciones fuera de línea.

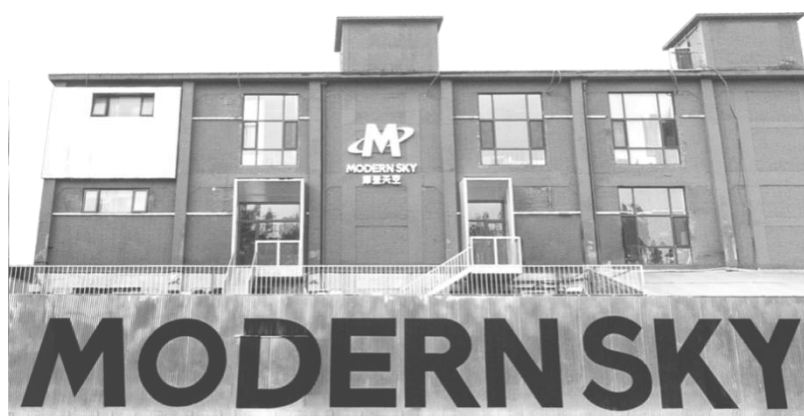


Figura 14 Edificio de la discográfica Modern Sky
(Fuente: Página web oficial de Modern Sky)

A partir de la década de 2000, con el fuerte declive de la industria discográfica física, los sellos independientes más pequeños se convirtieron en los primeros en ser

atacados. Muchos sellos excelentes tuvieron que elegir salir del mercado. Otros sellos y músicos independientes todavía se mantienen firmes en su carrera. Los sellos supervivientes siguen sobreviviendo tenazmente a través de actuaciones fuera de línea más frecuentes como *live houses* y festivales musicales, confiando en su base de *fans* leales.

Los sellos musicales independientes más conocidos en China incluyen Modern Sky, Maybe Mars, Scream Records, Thirteen Month, Tree Music. Modern Sky se consolidó como el referente de los sellos independientes, mientras que Scream Records se especializó en *rock*, Thirteen Month operaba de manera artesanal con músicos de nicho, y Maybe Mars se destacó por su marcado carácter experimental. Estos sellos no solo cuentan con equipos completos encargados de descubrir, apoyar y reunir a músicos o bandas independientes para la producción, distribución y promoción de sus discos, sino que también ofrecen apoyo en aspectos legales y de derechos de autor.

El surgimiento de sellos como Modern Sky y Maybe Mars marcó una aceleración en la profesionalización de la música independiente durante este periodo. En el proceso de entrada de la música independiente al ojo público desde el *underground*, los sellos discográficos independientes han jugado un papel como canal de comunicación. Sin la ayuda de un equipo de música profesional, publicar y difundir discos por sí mismos consumirá mucho, por lo que la mayoría de los músicos independientes optarán por contratar con algunos sellos musicales independientes o cooperar con ellos en producción, lanzamiento y promoción de álbum.



Figura 15 Logo de Maybe Mars
(Fuente: Página web oficial de Maybe Mars)



Figura 16 Logo de Scream Records y Thirteen Month
(Fuentes: Estaciones de Scream Records y Thirteen Month en Douban)

Además, estas discográficas independientes desempeñaron un papel crucial en la organización de festivales y conciertos en vivo, lo que impulsó la difusión de la música independiente a través de la publicación de álbumes y la organización de eventos musicales de gran escala. Por ejemplo, Modern Sky no solo lanzó muchos álbumes icónicos, sino que también organizó activamente festivales de música, promoviendo la popularización y el desarrollo de la música independiente. Además de estos sellos oficialmente registrados, también surgieron sellos musicales creados de manera informal o independiente, como Ma You Ye (en chino: 麻油叶), que también aportaron significativamente al crecimiento de la música independiente en China.



Figura 17 Logo de Ma You Ye
(Fuente: Estación de Ma You Ye en Douban)

Modern Sky fue pionera en introducir el concepto de sub-sellos inspirado en el modelo occidental. Hasta la fecha, ha creado numerosos sub-sellos. Ha firmado a una variedad de artistas y bandas de música independiente, como Zhou Yunpeng, Omnipotent Youth Society, Queen Sea Big Shark y New Pants, diseñando planes de desarrollo específicos para cada uno. Por ejemplo, New Pants ha optado por un estilo *cartoon*. Además de explorar una amplia gama de estilos musicales, Modern Sky ha enriquecido su propio contenido y ha ampliado continuamente sus canales de difusión. En 2007, se creó el festival Modern Sky, que más tarde se convertiría en el popular Strawberry Music Festival.¹⁴⁸

Scream Records nació del famoso local de conciertos Scream Club y lanzó el álbum de punk clásico “Wuliao Contingent (en chino: 无聊军队)” en 1999. Este sello se dedica a descubrir músicos originales con espíritu rockero, destacándose artistas como Cold-blooded Animal y Zuoxiao Zuzhou. La música de Scream Records es diversa y enérgica, con un fuerte sentido de heroísmo, atrayendo a jóvenes que valoran la introspección, la individualidad y un fuerte sentido de misión. Gracias a su amplia exploración en el campo del *rock*, Scream Records se ha convertido en el mayor sello independiente de *rock* en China continental.¹⁴⁹



Figura 18 Álbum “Wuliao Contingent”
(Fuente: Douban¹⁵⁰)

¹⁴⁸ Fuente de referencia: Sitio web de Modern Sky. Enlace: <https://www.modernsky.com/home/aboutus>

¹⁴⁹ Fuente de referencia: Baidu Baike. Enlace: <https://baike.baidu.com/item/%E5%9A%A8%E5%8F%AB%E5%94%B1%E7%89%87/699227>

¹⁵⁰ Fuente de referencia: El álbum de imágenes “福声唱片的相册-中国摇滚 CD 唱片之台港澳制造” (traducción propia al español: *Álbum de Fusheng Records: CDs de Rock Chino fabricados en Taiwán, Hong Kong*)

Fundado en 2004, Tree Music ha reunido a numerosas leyendas de la música, como Dou Wei, Zhang Chu y He Yong. Tree Music no solo organiza y patrocina festivales de música, sino que también produce conciertos, abarcando múltiples áreas del ámbito musical. La banda Wild Children y la banda AK47 seleccionadas en esta tesis son artistas de Tree Music.¹⁵¹



Figura 19 Logo de Tree Music
(Fuente: Estación de Tree Music en Douban)

Thirteen Month, creado en 2006, se ha destacado por apoyar la música independiente de raíces étnicas y de *folk*. Es el primer sello en China en pagar salarios a sus artistas. Ha firmado a músicos como Wan Xiaoli y Xie Tianxiao, el vocalista de Cold-blooded Animal, consolidando su posición en la industria musical independiente. Con recursos financieros sólidos y una red de promoción y canales comerciales inigualables, Thirteen Month trabaja para llevar la música independiente china al mercado *mainstream*.¹⁵²

y Macao) publicado en Douban por 福声唱片 (北京), el 28 de Agosto de 2014. Enlace: <https://www.douban.com/photos/photo/2197812038/>

¹⁵¹ Fuente de referencia: Sitio Web de Tree Music. Enlace: <http://www.treemusic.com.cn/index.php?s=/Abouts>

¹⁵² Fuente de referencia: El artículo titulado “中国独立音乐厂牌历程概述” (traducción propia al español: *Resumen del desarrollo de los sellos discográficos independientes en China*) publicado en Indie China, escrito por 吕玻, el 25 de junio de 2008. Enlace: <https://www.indiechina.com/html/2008-06/1640.htm>

En 2007, el sello independiente Maybe Mars se unió a la escena musical, fundado por Michael Pettis¹⁵³, profesor en la Escuela de Administración Guanghai de la Universidad de Beijing y propietario del bar D-22. Maybe Mars ha firmado a nuevas bandas con una perspectiva internacional y un fuerte espíritu independiente, invirtiendo significativamente en la producción de álbumes de alta calidad, y rápidamente se ha destacado en el ámbito de la música independiente. Entre los músicos analizados en esta tesis, se incluyen artistas de Maybe Mars, como P.K.14 y Hiperson, entre otros.¹⁵⁴

El sello independiente individual Ma You Ye fue creado en 2011 por el músico de *folk* Ma Di. Sus miembros son principalmente jóvenes músicos *folk* nacidos en las décadas de 1980 y 1990, como Chen Li (quien ya no forma parte del sello). En noviembre de 2015, Ma You Ye se unió formalmente a Modern Sky, aunque mantiene su independencia.¹⁵⁵

5.1.5. La actuación en vivo: festivales y *live houses*

En el desarrollo de la música independiente, las actuaciones en vivo han jugado un papel crucial. Durante la década de 2000, la escena de la música independiente en China experimentó un florecimiento notable, en parte gracias a la aparición de festivales de música y lugares dedicados a conciertos. Estos eventos y espacios no solo proporcionaron plataformas valiosas para los artistas independientes, sino que también facilitaron la expansión y la popularización de este género musical. Los festivales de música, como el *Strawberry Music Festival* y el *Midi Music Festival*, se

¹⁵³ Michael Pettis (nacido el 16 de junio de 1958) es un profesor estadounidense de finanzas en la Escuela de Administración Guanghai de la Universidad de Beijing, y un senior fellow no residente en la Fundación Carnegie para la Paz Internacional. Fue fundador y copropietario del club nocturno de punk-rock D22 en Beijing, el cual cerró en enero de 2012. Fuente: https://en.wikipedia.org/wiki/Michael_Pettis.

¹⁵⁴ Fuente de referencia: El artículo “国内音乐厂牌 VOL.1 「兵马司唱片」：当我们谈论独立音乐的时候，我们在谈论什么？” (traducción propia al español: Volumen 1 de sellos discográficos locales: “Maybe Mars”: ¿De qué hablamos cuando hablamos de música independiente?) publicado en Douban, escrito por 声音图书馆, el 21 de enero de 2022. Enlace: https://www.douban.com/note/824440029/?_i=3079517ufrCanN,3079596ufrCanN

¹⁵⁵ Fuentes de referencia: Sohu y Sitio Web de Modern Sky. El artículo “音乐有聊 | 带你走进民谣组织-麻油#” (traducción propia al español: Música en conversación | Te invitamos a conocer la organización de música folk - Ma You Ye) publicado en Sohu, escrito por 门内音乐, el 11 de julio de 2017. Y el artículo “陈粒变了?” (traducción propia al español: ¿Chen Li ha cambiado?) publicado en Sohu, escrito por 环球音乐榜, el 21 de mayo de 2020. Enlaces: https://www.sohu.com/a/156314314_786495, https://www.sohu.com/a/396842731_659307, <https://www.modernsky.com/home/aboutus>

convirtieron en destacados escaparates para los talentos emergentes, ofreciendo a los músicos independientes un escenario amplio para exhibir su arte y alcanzar una mayor audiencia. Por otro lado, los *live houses*, como el “Yugong Yishan”, en Beijing, y el “Yuyintang”, en Shanghái, surgieron como espacios especializados que brindaron a los artistas la oportunidad de interactuar directamente con su público, ampliando así el alcance y la influencia de la música independiente en el país.

a) Festivales de música

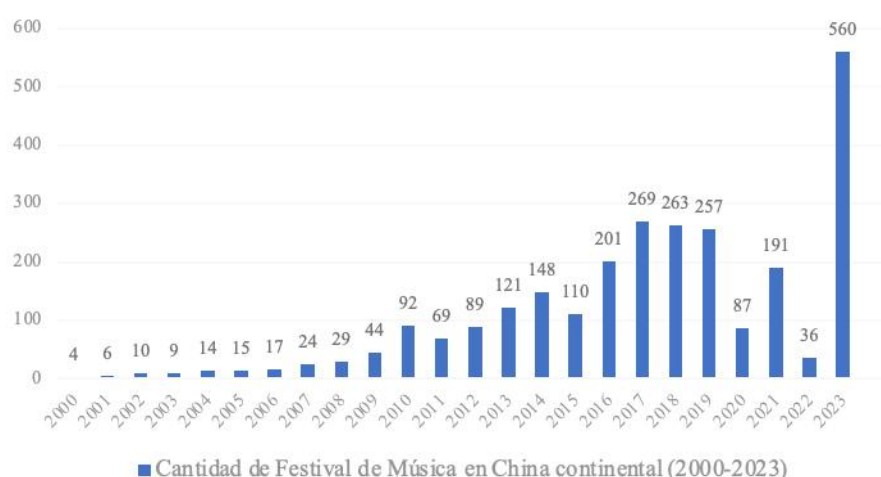
Un festival de música es un festival de temática musical, que generalmente se realiza al aire libre, a veces con temas específicos, como géneros musicales específicos (festivales de *rock*, festivales de música electrónica). La motivación original del festival de música era principalmente centrarse en la hermosa experiencia sensorial y espiritual que la música misma traía a la gente. Más tarde, con el continuo desarrollo de la economía y la cultura, el festival de música se infiltró gradualmente en los factores comerciales y se convirtió en un evento a gran escala que perseguía el placer emocional y los beneficios económicos al mismo tiempo. Los festivales de música al aire libre crearon un intercambio cultural con la música como medio, crearon un nuevo festival cultural para las personas y gradualmente se convirtieron en un estilo de vida de los jóvenes.

Con el declive de la industria de la grabación de música tradicional, en 2007, el festival de música al aire libre en China consiguió un cierto desarrollo y el *Midi Music Festival* de Beijing comenzó a generar ganancias. En 2010, el segundo *Strawberry Music Festival* organizado por Modern Sky también generó ganancias para la compañía por primera vez.¹⁵⁶ Actualmente, los festivales de música al aire libre se han convertido en un nuevo modelo de marketing turístico y portador de promoción.

Según las estadísticas, el número de festivales de música en el continente en 2009 se duplicó con respecto al año anterior a 44, y en 2010 superó los 90. De 2011 a 2019, el

¹⁵⁶ Fuente de referencia: El artículo “草莓、迷笛音乐节背后的盈利秘密” (traducción propia al español: *El secreto del éxito financiero detrás del Strawberry Music Festival y el Midi Music Festival*) publicado en Sohu, escrito por 第一财经陆家嘴, el 6 de mayo de 2017. Enlace: https://www.sohu.com/a/138622132_694776

número de festivales de música chinos pasó de 69 a 257, lo que representa un crecimiento explosivo. Las ciudades anfitrionas también se han expandido desde ciudades de primer nivel como Beijing, Shanghai y Guangzhou a ciudades de segundo nivel como Shenzhen, Chengdu, Nanjing, Kunming y Xiamen. Entre 2020 y 2022, durante la pandemia, la cantidad de festivales de música se redujo drásticamente, llegando a solo 36 en 2022. Tras el fin de la pandemia, en 2023, el número de festivales realizados se disparó a 560, marcando un récord histórico en el mercado de festivales de música.



(Fuente de datos: Daolue Cultural Industry Research Center y Grupo de Expertos Small Antlers¹⁵⁷)

Para los músicos independientes, el aumento de festivales de música les brinda más plataformas para enfrentarse a la audiencia, y brinda un espacio de desarrollo sustentable para su supervivencia y creación. Además, el festival de música ofrece a las personas un espacio legal y abierto para la interpretación musical, que es una

¹⁵⁷ Los datos de 2000-2010 proviene del *Informe de investigación sobre el desarrollo de los festivales de música en China* de Daolue Cultural Industry Research Center (en chino: 道略文化产业研究中心) y los datos de 2011-2023 proviene del *Informe de investigación sobre el desarrollo del mercado de festivales de música en China (2020-2024)* del Grupo de Expertos Small Antlers (en chino: 小鹿角智库). Los datos de Daolue Cultural Industry Research Center son obtenidos haciendo referencia al TFM de Su Rong, titulado “Estudio sobre el modelo de negocio de los festivales de música en China”, completado en 2015 en la Universidad de Hunan, P22. Enlace de los datos del Grupo de Expertos Small Antlers: <https://news.qq.com/rain/a/20240320A07L3D00>

plataforma para el carnaval público y una cultura que persigue la libertad de expresión. Aquí, las personas con pasatiempos comunes se reúnen, persiguiendo un espíritu independiente que enfatiza el arte, la innovación, la individualidad y la juventud.

Midi Music Festival

Según las informaciones publicadas por la cuenta pública oficial de Midi en Wechat, se puede saber que el *Midi Music Festival* fue fundado en el año 2000 por la Escuela de Música Midi, ha convertido en el pionero de los festivales de música al aire libre en China. En sus inicios, era un pequeño evento celebrado dentro del campus, centrado principalmente en presentaciones de bandas de *rock*. Después de la celebración del primer *Midi Music Festival*, la cultura de los festivales de música de China se ha convertido gradualmente en una actividad representativa de la música independiente.

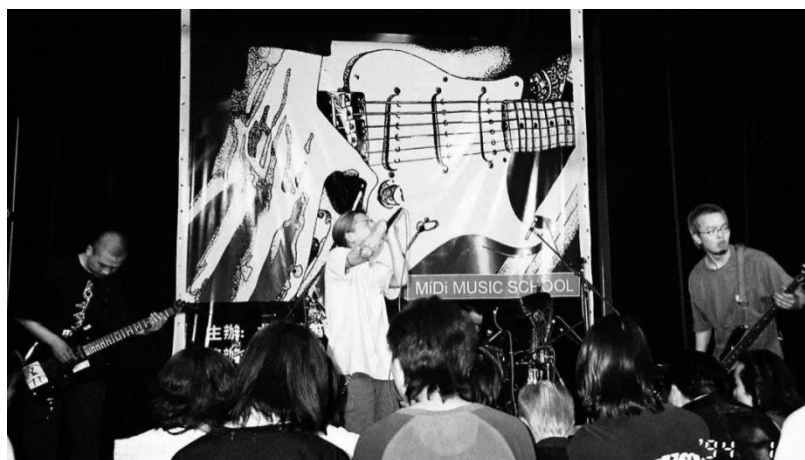


Figura 20 *Midi Music Festival 2000*
(Fuente: Cuenta pública oficial de Midi en Wechat¹⁵⁸)

Con el tiempo, el *Midi Music Festival* creció y diversificó su oferta, incorporando estilos musicales como *metal*, *punk*, *folk*, electrónica e *hip-hop*. Esta variedad estilística amplió las formas de expresión de la música independiente, enriqueciendo

¹⁵⁸ La imagen proviene del artículo titulado “迷笛激荡三十年——一个时代的另类侧写” (traducción propia al español: *Treinta años de MIDI: un retrato alternativo de una era*) publicado por la cuenta pública oficial de Midi en Wechat. Enlace: <https://mp.weixin.qq.com/s/Ms4DkpIwmVQjGmzPBrUs4w>

el contenido del festival y ofreciendo un espacio más amplio para los músicos independientes en China.

Desde su primera edición, el *Midi Music Festival* ha sido una plataforma para que muchas bandas de *rock* chinas se den a conocer, atrayendo a numerosos músicos y grupos independientes. Entre los artistas mencionados en el capítulo anterior de esta tesis que han pasado por el festival se encuentran Cold-blooded Animal, AK47, Queen Sea Big Shark, Second Hand Rose, Brain Failure, Xie Tianxiao, Cui Jian, He Yong, Tang Dynasty, Chinese Football, Omnipotent Youth Society, Wu Tiao Ren, Cobra, Nova Heart, Left and Right, Wang Wen, The Big Wave, Wan Xiaoli, Pu Shu, Chunlin Mo (Moxi Zishi), Low Wormwood y Wild Children. Estos artistas han encontrado en el *Midi Music Festival* una gran audiencia y apoyo.

El *Midi Music Festival* no solo ofrece un escenario para que los músicos muestren su talento, sino que también crea un espacio cultural enriquecido. Además de las presentaciones musicales, el festival cuenta con un mercado de productos relacionados con la música, como gorras y camisetas. Este mercado brinda a los aficionados la oportunidad de interactuar más con los músicos y la cultura musical. Los asistentes pueden comprar productos exclusivos de las bandas y participar en sesiones de firmas de discos, acercando aún más a los músicos a sus seguidores. Este enfoque enriquece el festival y fortalece la difusión de la música independiente.

Además de apoyar la música independiente, la Escuela de Música Midi, que organiza el festival, también juega un papel crucial en la educación musical, formando a una gran cantidad de talentosos músicos independientes. La conexión entre la escuela y el festival ha convertido al Midi en un pilar fundamental de la educación musical independiente en China.



Figura 21 *Midi Music Festival 2002* celebrada en la Escuela de Música Midi
(Fuente: Cuenta pública oficial de Midi en Wechat¹⁵⁹)

Para los *fans*, el festival ofrece el “Campamento Midi”, un área de acampada especialmente diseñada. Este campamento no solo proporciona un lugar conveniente para alojarse, sino que también fomenta la interacción entre los *fans*, quienes pueden compartir su pasión por la música y contribuir a la vibrante atmósfera del festival.



Figura 22 Campamento Midi 2021
(Fuente: Douban¹⁶⁰)

¹⁵⁹ La imagen proviene del artículo titulado “迷笛激荡三十年——一个时代的另类侧写” (traducción propia al español: *Treinta años de MIDI: un retrato alternativo de una era*) publicado por la cuenta pública oficial de Midi en Wechat. Enlace: <https://mp.weixin.qq.com/s/Ms4DkpIwmVQjGmzPBrUs4w>

¹⁶⁰ Las imágenes de Campamento Midi 2021 es del artículo titulado “2021 年溧阳迷笛音乐节：来吧朋友们 该回家了” (traducción propia al español: *Midi Music Festival Liyang 2021: Vamos, amigos, es hora de regresar a casa*) publicado en Douban, escrito por 格格雨, el 15 de junio de 2021. Enlace: https://www.douban.com/note/805317313/?_i=8832948ufrCanN

Strawberry Music Festival

El *Strawberry Music Festival* también es muy famoso. Está más diversificado. El estilo musical abarca una variedad de estilos como el *rock*, el *folk*, la electrónica y tiene muchos proyectos de creatividad y entretenimiento artístico, que se ajustan a su posicionamiento juvenil y animado.

Es un festival de música creado en 2009 por la reconocida discográfica Modern Sky, después del Modern Sky Music Festival. A diferencia de este último, el *Strawberry Music Festival* tiene un carácter más diverso, con una estética que evoca la primavera, el romanticismo y el amor.¹⁶¹ Gracias a los abundantes recursos musicales y la capacidad de gestión comercial de Modern Sky, el festival ha pasado de ser un evento pequeño a convertirse en un importante acontecimiento cultural a nivel nacional, consolidando su propia marca e influencia.



Figura 23 *Strawberry Music Festival 2009*
(Fuente: Baidu Baike¹⁶²)

¹⁶¹ Fuente de referencia: Baidu Baike. Enlace:
<https://baike.baidu.com/item/%E8%8D%89%E8%8E%93%E9%9F%B3%E4%B9%90%E8%8A%82/4207069>

¹⁶² Fuente de referencia: Baidu Baike. Enlace:
<https://baike.baidu.com/item/%E8%8D%89%E8%8E%93%E9%9F%B3%E4%B9%90%E8%8A%82/4207069>

En comparación con el *Midi Music Festival*, que tiene un enfoque más auténtico y alternativo, el *Strawberry Music Festival* es más comercial y abarca una mayor diversidad de estilos musicales, como el *rock*, el *folk* y la música electrónica. Esto ha atraído a una amplia variedad de músicos independientes con diferentes estilos. Entre los artistas y bandas que han participado se encuentran figuras como Zhang Chu, la banda Brain Failure, Zhou Yunpeng, Omnipotent Youth Society, Lao Lang, Wan Xiaoli, Queen Sea Big Shark, Tang Dynasty, Zuoxiao Zuzhou, New Pants, AK47, Xie Tianxiao, He Yong, Second Hand Rose, Left and Right, Ye Pei, Black Head, The Big Wave, Pu Shu, Ma Di, Chen Li, Wang Wen, The Davinci, Wu Tiao Ren, y Ma Siwei de Higher Brothers. La participación de estos artistas no solo ha elevado el nivel musical del festival, sino que también lo ha consolidado como una plataforma fundamental para que músicos independientes muestren su talento.

El *Strawberry Music Festival* organiza una gran variedad de actuaciones, brindando múltiples oportunidades de exposición para músicos independientes. Además de las actuaciones musicales, el festival ofrece escenarios visuales creativos y espacios para la expresión artística, lo que permite a los artistas presentar sus trabajos de manera más diversa. También incorpora proyectos creativos y de entretenimiento que refuerzan su identidad juvenil y dinámica, atrayendo a numerosos jóvenes seguidores de las tendencias. Las exposiciones de arte, mercados creativos y otras actividades culturales suelen ser parte integral del festival, lo que lo convierte en un fenómeno cultural que refleja el estilo de vida y los valores de la juventud contemporánea, además de ofrecer una plataforma para que los amantes de la música se conecten y compartan experiencias.

Con el objetivo de ampliar la difusión de la música independiente, el *Strawberry Music Festival* ha incrementado la visibilidad e influencia de esta música mediante la promoción en redes sociales. Su éxito no solo ha impulsado la creación de más festivales de música independiente, sino que también ha ayudado a que la música independiente empiece a ocupar un lugar dentro del mercado musical convencional. Además, el festival ha explorado colaboraciones con otras disciplinas, como el arte, la

moda y la tecnología, promoviendo la fusión entre la música y otras formas de cultura, lo que ha ampliado aún más la oferta cultural del evento.

En cuanto a la comercialización, las entradas para el *Strawberry Music Festival* se venden a través de varias plataformas, como Damai.com y el portal oficial Modern Sky Now.¹⁶³ Los *fans* pueden comprar sus entradas en línea o a través de una aplicación móvil. El festival también cuenta con el patrocinio de marcas conocidas como Motorola, Apple, Levi's, Dior, Hermès, NetEase Cloud Music y Momo¹⁶⁴, entre otras, lo que ha potenciado su visibilidad y presencia en el mercado.

El éxito del *Strawberry Music Festival* no solo ha contribuido al crecimiento de la música independiente, sino que también se ha convertido en un referente importante en el mercado de festivales de música en China, simbolizando la conexión profunda entre la cultura juvenil contemporánea y la música independiente.

b) Live houses

Yugong Yishan

Yugong Yishan, ubicado en Beijing, fue uno de los *live houses* más conocidos de China y se consideró un referente importante en la música independiente de la ciudad. Desde su apertura, Yugong Yishan fue uno de los principales escenarios para músicos independientes, abarcando una amplia gama de géneros musicales como *rock*, *punk* y electrónica. Su objetivo era recrear la experiencia musical pura que su fundador vivió en Berlín, priorizando la calidad del sonido y un control preciso de los géneros musicales. Mantuvo una atmósfera única de independencia, underground y estilo industrial, y se convirtió en la cuna de lanzamiento para muchas bandas emergentes. Numerosos artistas y grupos influyentes en la escena independiente de China, como Second Hand Rose, New Pants y Nova Heart, actuaron en su escenario, donde encontraron una plataforma clave para sus inicios y ganaron una base de seguidores

¹⁶³ Fuente de referencia: Baidu Baike. Enlace:

<https://baike.baidu.com/item/%E8%8D%89%E8%8E%93%E9%9F%B3%E4%B9%90%E8%8A%82/4207069>

¹⁶⁴ Fuente de referencia: El artículo “草莓、迷笛音乐节背后的盈利秘密” (traducción propia al español: *El secreto del éxito financiero detrás del Strawberry Music Festival y el Midi Music Festival*) publicado en Sohu, escrito por 第一财经陆家嘴, el 6 de mayo de 2017. Enlace: https://www.sohu.com/a/138622132_694776

leales. Además, Yugong Yishan contaba con equipo de sonido y escenario de primera calidad, garantizando espectáculos de alta categoría y ofreciendo al público una experiencia musical inmersiva.

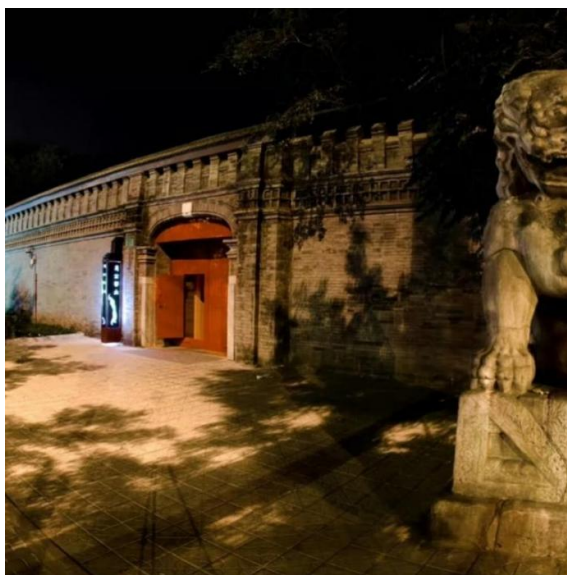


Figura 24 Yugong Yishan en la Calle de Zhang Zhizhong en Beijing
(Fuente: Cuenta oficial de Yugong Yishan en Weibo)

Yugong Yishan no solo apoyaba a músicos locales, sino que también atraía a bandas y artistas independientes internacionales, convirtiéndose en una ventana importante para el intercambio cultural entre China y el mundo. A través de colaboraciones y presentaciones conjuntas con músicos extranjeros, brindó a los artistas chinos la oportunidad de conectarse con la cultura musical global, ampliando sus horizontes y permitiendo que influencias musicales internacionales se integraran en la escena local. Este intercambio no solo enriqueció la diversidad y vitalidad de la música independiente en China, sino que también fomentó una interacción más profunda entre culturas musicales de distintos países.

La influencia de Yugong Yishan no se limitó a los conciertos; también organizaba regularmente eventos culturales interdisciplinarios como exposiciones de arte, proyecciones de cine independiente y presentaciones teatrales. Esta combinación de disciplinas enriqueció la vida cultural de Beijing, convirtiendo a Yugong Yishan en

un punto de encuentro para la juventud creativa y vanguardista. A través de estas actividades, el lugar dejó de ser solo un espacio musical para convertirse en un centro importante de la cultura juvenil.¹⁶⁵

Las variadas actividades de Yugong Yishan y su papel en la difusión de la música independiente consolidaron su estatus como un referente de la cultura juvenil en China. No solo proporcionaba un escenario donde los músicos podían mostrar su talento, sino que también creaba un espacio libre para que los aficionados a la música intercambiaran ideas y compartieran experiencias, reflejando el espíritu y los valores de la cultura independiente contemporánea.

Yuyintang

Yuyintang está situado en Shanghái. Comenzó como una empresa especializada en la organización de conciertos de *rock* y se ha convertido en uno de los *live houses* más representativos de la ciudad. Es el primer bar en Shanghái dedicado exclusivamente a conciertos de *rock*.¹⁶⁶ Aunque el espacio es relativamente pequeño, con una capacidad para alrededor de 100 personas, Yuyintang ha sido una importante incubadora para la música independiente en Shanghái. Desde su fundación, ha jugado un papel crucial en el crecimiento de la comunidad musical local. Ha servido durante mucho tiempo como un escenario clave para músicos y bandas locales en Shanghái, brindando numerosas oportunidades para que las bandas independientes de la ciudad muestren su talento.¹⁶⁷ Su estrecha conexión con la cultura musical local lo ha convertido en una plataforma central para la interacción entre músicos y *fans*, y ha contribuido significativamente a la formación de una comunidad de música independiente.

¹⁶⁵ Las informaciones sobre Yugong Yishan se ve en su página web oficial y Sohu. Enlaces: <http://www.yugongyishan.com/guanyuwomen/>, https://www.sohu.com/a/300519086_139533, https://www.sohu.com/a/345112325_260568

¹⁶⁶ Fuente de referencia: estación oficial de Yuyintang (Host) en Douban. Enlace: https://site.douban.com/yuyintang_h/room/442781/

¹⁶⁷ Fuente de referencia: El anuncio “【特别策划】上海真文艺⑥ | 以前和现在、光鲜与压力，听 Live House 圈内人讲生存之道” (traducción propia al español: [Especial] La auténtica movida cultural de Shanghái (6) | Pasado y presente, glamour y presión: voces de los insiders de la escena Live House sobre cómo sobrevivir) publicado en Shanghai Morning Post, escrito por 曾索狄, el 29 de marzo de 2024. Enlace: <https://www.shxwcb.com/1159147.html>

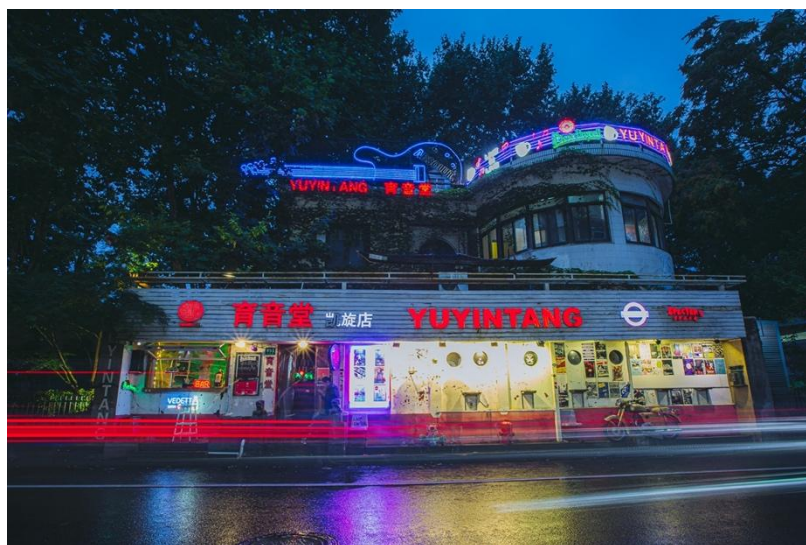


Figura 25 Yuyintang en la Calle de Kaixuan en Shanghái
(Fuente: Cuenta pública oficial de Yuyintang en Wechat)

Como uno de los primeros *live houses* en China, Yuyintang ha desempeñado un papel esencial en el desarrollo de la música independiente. Ofrece oportunidades de actuaciones en vivo a músicos en las primeras etapas de sus carreras, ayudándoles a mejorar sus habilidades de interpretación y composición. Al mismo tiempo, proporciona visibilidad a bandas emergentes, sirviendo como un importante canal para que muchos músicos independientes lleguen al público.

Además, la influencia de Yuyintang no se limita al ámbito musical local; también organiza regularmente giras de músicos nacionales e internacionales, brindando a las bandas independientes extranjeras la oportunidad de interactuar con la escena musical local.¹⁶⁸ Este intercambio musical transregional enriquece el ecosistema musical de Shanghái y fomenta la integración de la cultura musical entre China y el resto del mundo.

¹⁶⁸ Fuente de referencia: El artículo “育音堂老店迎来谢幕演出，上海‘摇滚圣地’正式与乐迷告别” (traducción propia al español: *El icónico Yuyintang celebra su concierto de despedida y el ‘templo del rock’ de Shanghái se despide de sus fans*) publicado en Sina, escrito por 新民周刊, el 4 de julio de 2024. Enlace: <https://finance.sina.cn/2024-07-04/detail-incaxnru7691689.d.html?vt=4&pos=108&his=0>

5.1.6. Las plataformas online de la música independiente

Entre 2000 y 2010, la música independiente en China vivió una etapa de expansión sin precedentes gracias al avance de la tecnología de Internet. Con la rápida expansión del Internet en el país, el surgimiento del intercambio de archivos P2P, los foros y los primeros blogs (Qu, 2017: 118) ofrecieron a los músicos independientes nuevos canales de distribución. Muchos sitios web de música independiente surgieron a través de foros y blogs, permitiendo a los usuarios compartir libremente sus obras musicales, mientras fomentaban el conocimiento de géneros como el *rock* y el *folk*. La cuenta pública oficial de WeChat “Shen’an Yinyue (en chino: 深谙音乐)” publicó, entre noviembre de 2016 y marzo de 2017, seis artículos en los que recopiló los sitios web de música independiente que aparecieron a principios del siglo XXI. Durante este periodo, la tecnología digital permitió que la música independiente superara las limitaciones de la industria musical tradicional, ya que los músicos no dependían de discográficas o medios convencionales, sino que establecían conexiones directas con sus oyentes a través de la red, formando las primeras comunidades musicales.

Con la llegada de la era de Web 2.0, el rápido desarrollo de las redes sociales y las comunidades en línea, especialmente el auge de plataformas como Douban, impulsó aún más la difusión de la música independiente (Qu, 2017: 121). Los grupos de Douban y otras comunidades en línea se convirtieron en espacios clave para que los músicos independientes lanzaran nuevas obras, compartieran ideas y recibieran retroalimentación. A través de estas plataformas, los músicos interactuaban con sus seguidores y ampliaban su audiencia mediante el boca a boca. Douban reunía a usuarios con intereses comunes, y gracias a la confianza y calidad de los contenidos, los músicos independientes lograron establecer vínculos más profundos con sus oyentes en el proceso de creación y promoción. En particular, el lanzamiento del canal “Douban Musician” ofreció servicios de música digital a artistas y sellos discográficos, facilitando la publicación de obras y la interacción directa con los *fans*, lo que favoreció aún más la difusión y el crecimiento de la música independiente. Entre los músicos independientes mencionados en esta tesis que se unieron a “Douban

Musician” se incluyen Nova Heart, Brain Failure, Omnipotent Youth Society y Zuoxiao Zuzhou. Sellos independientes como Modern Sky, Maybe Mars, Ma You Ye, Tree Music, Thirteen Month, Yuyintang y Scream Records también participaron en la plataforma.

Además de la difusión en línea, Douban contribuyó de manera significativa a la comercialización y promoción de la música independiente. Desde 2011, Douban organiza los Abilu Music Awards para reconocer las mejores obras de música independiente, basándose en datos de escucha y la evaluación de expertos, lo que ayudó a los músicos independientes a ganar reconocimiento en la industria, como en el caso de artistas como Chen Li. En 2014, Douban lanzó el “Golden Fleece Plan”, el primer proyecto en China en ofrecer funciones de pago para la transmisión en línea online, apoyando así el desarrollo comercial de la música independiente.



Figura 26 “Golden Fleece Plan” de Douban
(Fuente: Douban¹⁶⁹)

A partir de 2015, Douban comenzó a proporcionar servicios de distribución global y fundó el sello discográfico digital D Force Music, centrado en la incubación de

¹⁶⁹ La imagen proviene del artículo titulado “金羊毛计划：音乐人的冒险与尊严” (traducción propia al español: *El “Golden Fleece Plan”: La aventura y la dignidad de los músicos*) publicado en Douban Blog por Douban Music, el 16 de septiembre de 2014. Enlace: <https://blog.douban.com/douban/2014/09/16/2919/>

músicos independientes, ofreciendo servicios personalizados a los artistas firmados, como la organización de conciertos en vivo, promoción y marketing.¹⁷⁰ Estas iniciativas permitieron a Douban construir un ecosistema integral para apoyar el crecimiento de la música independiente en China.

En resumen, entre 2000 y 2010, el rápido desarrollo de Internet y las redes sociales abrió nuevos canales de difusión y desarrollo para la música independiente. El surgimiento de plataformas como Douban no solo permitió que esta música superara las limitaciones de la industria tradicional, sino que también generó más oportunidades de comercialización, acelerando su difusión y crecimiento.

5.2. La prosperidad de la música independiente y los nuevos medios (2010-)

Después de 2010, la música independiente en China experimentó un notable crecimiento gracias al uso de los servicios de *streaming*. Con la popularización de los smartphones, las plataformas como Xiami Music y NetEase Cloud Music se convirtieron en canales clave para la distribución y difusión de música independiente. Estas plataformas ayudaron a los artistas independientes a llegar a un público más amplio mediante recomendaciones algorítmicas, comentarios de los usuarios y funciones comunitarias que fomentaban la interacción entre músicos y oyentes. A través de estos espacios digitales, la música independiente ganó mayor visibilidad y consolidó una comunidad leal de seguidores.

A lo largo de esta década, la música independiente en China atrajo una creciente atención del mercado, estrechamente relacionados con el desarrollo de los nuevos medios. Los programas de variedades musicales como “The Voice of China” de Zhejiang TV, “The Rap of China”, “The Big Band” y “Folk 2022” de iQIYI ofrecieron a los músicos independientes una plataforma amplia para mostrar su talento. Estos programas sacaron a la música independiente de su nicho reducido y la

¹⁷⁰ Fuentes de referencia: Baidu Baike y Douban. Enlaces: <https://baike.baidu.com/item/%E9%98%BF%E6%AF%94%E9%B9%BF%E9%9F%B3%E4%B9%90%E5%A5%96/4947827>, <https://music.douban.com/artists/royalty/#intro>, <https://m.douban.com/people/183311961/collection>

llevaron al público general, aumentando significativamente la popularidad de los artistas independientes y cambiando su imagen ante el público.

Al mismo tiempo, las redes sociales como WeChat y Weibo se convirtieron en canales clave para promocionar la música de los músicos independientes. A través de estas plataformas, los músicos pudieron interactuar directamente con sus seguidores, creando lazos más estrechos y fomentando la difusión de su música mediante recomendaciones personales.

Los artistas independientes también ampliaron su alcance colaborando con otros medios como el cine, la publicidad y los videojuegos. Además, el auge de plataformas de video como Bilibili les brindó nuevas oportunidades de difusión, aumentando considerablemente su visibilidad.

Por otro lado, la creciente diversidad de *live houses* y festivales de música en vivo se consolidó como un espacio esencial para la música independiente. Estos eventos en vivo complementaron la difusión en línea, contribuyendo al desarrollo de la escena musical independiente. Durante esta década, la música independiente en China no solo se diversificó en términos de contenido, sino que también logró importantes avances en la forma en que se produce, distribuye y difunde.

5.2.1. Los servicios de las plataformas de *streaming* musicales

Con la popularización de los teléfonos móviles inteligentes, la difusión de la música independiente entró en una nueva etapa, haciendo que el acceso a las obras de estos artistas fuera mucho más fácil para el público.

Las plataformas de *streaming* como Xiami Music, NetEase Cloud Music y QQ Music se convirtieron en los principales canales de distribución y promoción de la música independiente. Sin embargo, tras el cierre de Xiami Music en febrero de 2021, el mercado de la música digital en China quedó dividido en dos grandes grupos: Tencent Music Entertainment Group (TME)¹⁷¹ y NetEase Cloud Music. Entre estos, NetEase

¹⁷¹ Entre sus aplicaciones están incluidas QQ Music, Kugou y Kuwo.

Cloud Music destacó en el ámbito de la música independiente, consolidándose como una plataforma clave gracias a la cantidad y calidad de los músicos exclusivos presentes en su catálogo. Mediante recomendaciones algorítmicas, reseñas de usuarios y funciones comunitarias, la plataforma impulsó significativamente la promoción y difusión de la música independiente.

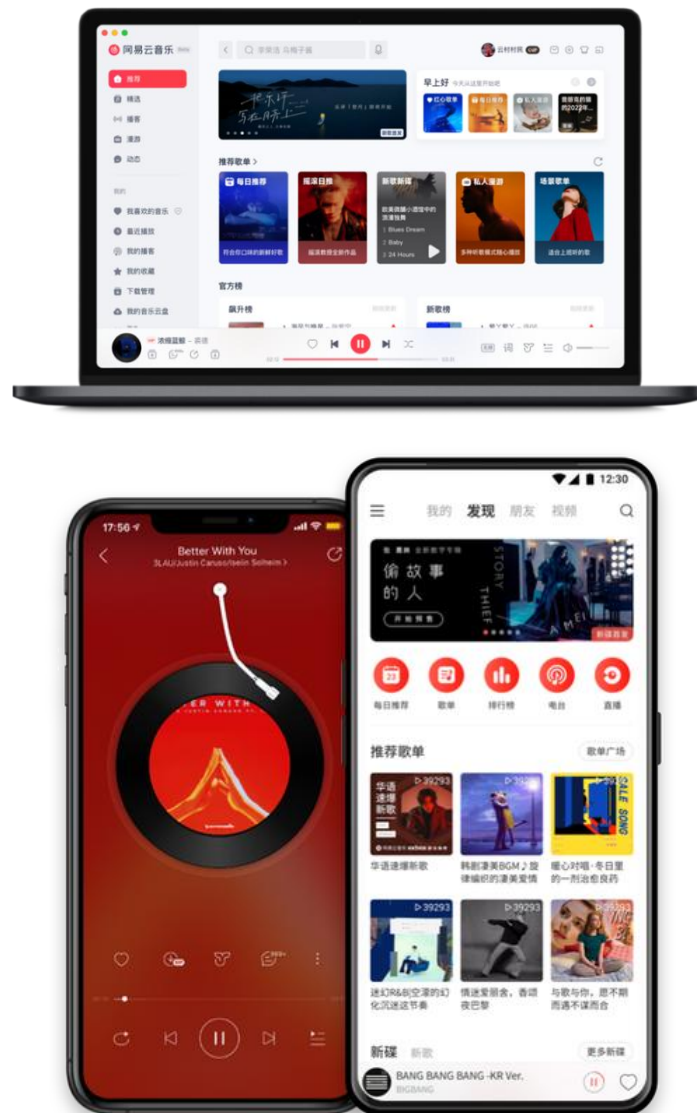


Figura 27 Versión PC y versión APP móvil de NetEase Cloud Music
(Fuente: Página web oficial de NetEase Cloud Music¹⁷²)

¹⁷² Enlace: <https://music.163.com/st/download>

Para apoyar aún más a los artistas independientes, en noviembre de 2016, NetEase Cloud Music lanzó el “Project Stone”, una iniciativa respaldada por una inversión de 200 millones de yuanes para el año siguiente.¹⁷³ Este programa ofrece apoyo integral a los músicos en áreas como la formación artística, promoción de sus obras y mejoras en la monetización de su trabajo. Para 2022, NetEase Cloud Music ya contaba con 630.000 músicos independientes registrados¹⁷⁴, incluidos cantantes, productores, compositores y arreglistas. La plataforma les brindó una gran visibilidad y, a través de herramientas de creación asistida por inteligencia artificial, cursos de música y servicios de composición, les ayudó a mejorar sus habilidades creativas. Además, ofrece un servicio de distribución integral que cubre la publicación independiente, promoción, colaboración de derechos de autor, análisis de datos y un sistema de pagos sencillo, permitiendo a los músicos generar ingresos mediante diversas vías como las reproducciones en *streaming*, anuncios, transacciones de composiciones, álbumes digitales y distribución global.

El plan de apoyo de NetEase Cloud Music también incluye iniciativas como el NetEase Indie Music Chart y la NetEase Cloud Music Original Artist Ceremony. Además, las discográficas pueden unirse a su plataforma de servicios de derechos de autor, donde pueden acceder a datos de las canciones, gestionar contratos, pagos y administrar sus obras.¹⁷⁵

Muchos músicos y bandas independientes reconocidos, como los mencionados en capítulos anteriores de este estudio, tales como Tang Dynasty, Brain Failure, New Pants, Wu Tiao Ren, Wan Xiaoli, Omnipotent Youth Society, Zhou Yunpeng, Black

¹⁷³ Fuente de referencia: El anuncio “网易云音乐启动“石头计划” 称一年投入 2 亿扶持独立音乐人” (traducción propia al español: *NetEase Cloud Music lanza el “Project Stone” y anuncia una inversión de 200 millones de yuanes al año para apoyar a músicos independientes*) publicado por Sina Technology, el 23 de noviembre de 2016. Enlace: <https://tech.sina.cn/i/gn/2016-11-23/detail-ixxwrwh4982097.d.html>

¹⁷⁴ Fuente de referencia: El artículo “网易云音乐大改版分析与思考” (traducción propia al español: *Análisis y reflexiones sobre la gran actualización de NetEase Cloud Music*) publicado en QQ.com, escrito por 人人都是产品经理, el 25 de junio de 2024. Enlace: <https://new.qq.com/rain/a/20240625A05J0900>

¹⁷⁵ La descripción sobre cómo NetEase Cloud Music ayuda a los músicos proviene de la APP móvil de NetEase Cloud Music, específicamente de dos secciones dentro del Centro de Creadores (en chino: 创作者中心): “Músicos NetEase (en chino: 网易音乐人)” y la “Plataforma de Servicios de Derechos de Autor (en chino: 版权服务平台)”.

Head, Xie Tianxiao, Second Hand Rose, Zuoxiao Zuzhou, The Big Wave, Chen Li, Chinese Football, Nova Heart, Hiperson, Chui Wan, Higher Brothers, y Xie Chunhua, Zhang Gasong, están activos en NetEase Cloud Music, lo que ha aumentado aún más la influencia de la plataforma en el mundo de la música independiente. Para junio de 2021, las canciones de artistas independientes registradas en NetEase Cloud Music representaban más del 47% de todas las reproducciones de música en la plataforma.¹⁷⁶

NetEase Cloud Music también ha logrado importantes avances en la venta de álbumes digitales de artistas independientes. En 2015, el álbum digital de Chen Li, titulado *Ai Ruo*, vendido a un precio de un yuan, superó las 100.000 copias en solo un mes.¹⁷⁷ En 2020, el álbum *Inside the Cable Temple* de la banda Omnipotent Youth Society vendió más de 300.000 copias y alcanzó una cifra de ventas superior a 8,1 millones de yuanes en un solo día tras su lanzamiento¹⁷⁸, lo que demuestra el potencial comercial de la música independiente en la plataforma.

Además, NetEase Cloud Music se ha destacado por su capacidad para construir y gestionar comunidades musicales. Los usuarios frecuentemente crean listas de reproducción de géneros como *folk*, *rock*, electrónica e *hip-hop*, las cuales suelen figurar entre las más populares, representando pilares fundamentales de la música independiente. Los músicos independientes se han convertido en el núcleo de la participación de la comunidad y la creación de contenido en la plataforma. A través de la interacción y el intercambio de su pasión por la música, los usuarios crean una vibrante cultura comunitaria que enriquece la experiencia musical en la plataforma.

¹⁷⁶ Las informaciones provienen de la APP móvil de NetEase Cloud Music: NetEase Cloud Music - Relaciones con inversores (en chino: 投资者关系) - Presentación de la empresa (en chino: 公司简介).

¹⁷⁷ Fuente de referencia: El anuncio “陈粒新数字专辑再创售卖纪录 网易云音乐贡献百万销售额” (traducción propia al español: *El nuevo álbum digital de Chen Li bate un nuevo récord de ventas, con NetEase Cloud Music aportando millones en ingresos*) publicado en China Daily, escrito por 北京娱乐信报, el 10 de agosto de 2016. Enlace: http://ent.chinadaily.com.cn/2016-08/10/content_26421805.htm

¹⁷⁸ Fuente de referencia: El anuncio “网易云音乐: 万能青年旅店最新数字专辑销售总量破30万张, 销售额已超810万元” (traducción propia al español: *El último álbum digital de Omnipotent Youth Society en NetEase Cloud Music ha superado las 300.000 copias vendidas, generando ingresos que ya superan los 8,1 millones de yuanes*) publicado por 36kr, el 25 de diciembre de 2020. Enlace: <https://36kr.com/newsflashes/1025962039281415>

5.2.2. Los programas de variedades y la música independiente

En los últimos años, los programas de variedades han desempeñado un papel crucial en la promoción de la música independiente, llevándola de lo marginal a lo popular. Tanto los programas de televisión tradicionales como los producidos por plataformas de vídeo en línea han proporcionado un escenario para la música independiente, ayudando a los músicos independientes a salir de los márgenes de la cultura dominante y llegar a una audiencia más amplia. Por ejemplo, “The Voice of China” de Zhejiang TV, “The Rap of China”, “The Big Band” y “Folk 2022” de iQIYI se han convertido en importantes plataformas para que estos artistas muestren su talento.

Uno de los ejemplos más destacados de los programas televisivos es “The Voice of China”, que se estrenó en 2012. Este programa fue producido por una compañía independiente, y emitido por Zhejiang TV¹⁷⁹. En este programa, los concursantes interpretaron varias canciones de músicos independientes, como “Zorro” de Wan Xiaoli y “Al Sur de las Montañas Zhongnan” de Ma Di, lo que ayudó a que estas obras ganaran mayor visibilidad.



Figura 28 “The Voice of China” 2012
(Fuente: Baidu Baike¹⁸⁰)

¹⁷⁹ Fuente de referencia: Wikipedia. Enlace:

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%A5%BD%E5%A3%B0%E9%9F%B3>

¹⁸⁰ Enlace:

https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%A5%BD%E5%A3%B0%E9%9F%B3%E7%AC%E4%B8%80%E5%AD%A3/16843195?fromModule=lemma_inlink

A diferencia del modelo tradicional de compra de derechos de emisión, los programas producidos por plataformas de vídeo en línea se caracterizan por su interactividad, fluidez y apertura, alineándose con la tendencia actual de una comunicación fragmentada y más vertical. “The Rap of China”, “The Big Band” y “Folk 2022” de iQIYI son ejemplos representativos de esta tendencia. Gracias a la difusión en redes sociales y a su innovación en los formatos de interacción, estos programas han puesto de relieve la cultura minoritaria, atrayendo a un público más amplio y derribando barreras entre géneros, lo que ha hecho que la música independiente entre en la corriente principal y se convierta en un fenómeno cultural entre los jóvenes.

“The Rap of China” trajo la cultura del rap *underground* a la corriente principal, desencadenando una ola de popularidad en el género. El programa subrayó la profesionalidad a través de la representación de “sellos discográficos” y utilizó símbolos visuales como las “cadenas de oro” para crear puntos memorables. Además, contó con celebrities como productores que no solo seleccionaron y guiaron a los concursantes, sino que también, gracias a su influencia, promovieron la cultura del rap, atrayendo más atención a este estilo musical. El programa también invitó a representantes de plataformas musicales como NetEase Cloud Music, QQ Music, Kugou y Kuwo para votar en vivo, ampliando aún más su impacto en el mercado musical.



Figura 29 “The Rap of China”
(Fuente: Baidu Baike¹⁸¹)

¹⁸¹ Enlace:

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%9C%89%E5%98%BB%E5%93%88/20733299>

“The Big Band” es un programa dedicado exclusivamente a bandas de *rock*, y reunió a grupos activos en festivales como Strawberry Music Festival y escenarios de *live house*, tales como New Pants, Super VC, Black Head, Wu Tiao Ren, The Big Wave, Queen Sea Big Shark, Wild Children y Second Hand Rose, entre otros. Además, el programa colaboró con sellos discográficos independientes, siendo Modern Sky el primero en asociarse. De los 31 grupos participantes, cinco bandas pertenecen al sello discográfico Modern Sky, entre ellas New Pants.¹⁸² “The Big Band” mostró el atractivo único de la cultura de las bandas a través de una profunda conexión con el entorno musical real, logrando resonar con el público joven al narrar historias sobre la pasión por los sueños. Desde su estreno en 2019, ha emitido tres temporadas hasta 2023, y las bandas participantes han aumentado significativamente su visibilidad, logrando más oportunidades de actuación en directo.



Figura 30 “The Big Band”
(Fuente: iQIYI¹⁸³)

¹⁸² Fuente de referencia: El anuncio “《乐队的夏天》大热背后：综艺在向有价值的音乐靠拢” (traducción propia al español: *El éxito de “The Big Band”: los programas de variedades se acercan a la música de calidad*) publicado en China Daily, anuncio original en 北京青年报, el 14 de agosto de 2019. Enlace: <https://cnews.chinadaily.com.cn/a/201908/14/WS5d536d6ba31099ab995d9502.html>

¹⁸³ Enlace: <https://images.app.goo.gl/1FbFhAYHkmmDn3oK8>



Figura 31 La banda New Pants en “The Big Band”
(Fuente: Jiemian¹⁸⁴)

“Folk 2022” se centra en la música *folk* y representa un nuevo intento de iQIYI en el ámbito de los programas musicales, tras su éxito con formatos de *hip-hop* y bandas. El programa pone énfasis en el concepto de “vida cotidiana” para generar una conexión emocional con el público, ampliando el alcance de la música *folk*, tradicionalmente de nicho, hacia audiencias más amplias. Entre los músicos destacados en el programa se encuentran Zhou Yunpeng, Wan Xiaoli, Shuimu Nianhua, Ye Pei, Xie Chunhua y Chen Li, quienes presentan una variedad de estilos que van desde las canciones *folk* del campus hasta las canciones *folk* de intervención social y las canciones *folk* sobre emociones y experiencias individuales de la nueva generación. Ye Pei y Shuimu Nianhua representan las canciones *folk* del campus, mientras que Wan Xiaoli y Zhou Yunpeng simbolizan las canciones *folk* de intervención social. Por otro lado, Xie Chunhua y Chen Li, entre otros artistas de la nueva generación, reflejan la diversidad de las canciones *folk* sobre emociones y experiencias individuales en la actualidad. El programa utiliza escenarios inspirados en los conciertos de *live house* para satisfacer la creciente demanda del público por actuaciones en vivo, y además otorga todo el poder de votación a la audiencia, permitiendo a los espectadores participar

¹⁸⁴ La imagen proviene del artículo titulado “中国独立音乐的发展历程：现实压抑与精神突破” (traducción propia al español: *El desarrollo de la música independiente en China: represión real y liberación espiritual*) publicado en Jiemian, escrito por 华谊兄弟研究院, el 26 de junio de 2019. Enlace: <https://m.jiemian.com/article/3253878.html>

activamente en la toma de decisiones sobre el rendimiento de los artistas.¹⁸⁵ Esta forma de interacción fortalece aún más la conexión entre el programa y su audiencia, aumentando la sensación de participación y atractivo del mismo.



Figura 32 “Folk 2022”
(Fuente: iQIYI¹⁸⁶)

Estos programas de variedades han creado nuevos canales de difusión para la música independiente, ofreciendo una producción de alta calidad y una amplia expresión de valores. No solo han elevado la presencia de la música independiente en la cultura popular, sino que también, a través de la nostalgia y las colaboraciones interdisciplinarias, han impulsado su desarrollo y difusión. Mientras los medios tradicionales acercan la música independiente al público masivo, las plataformas de vídeo permiten que llegue a una audiencia aún mayor. Al mismo tiempo, las aplicaciones móviles de redes sociales y plataformas de *streaming* ofrecen vías innovadoras para la interacción, permitiendo que los músicos independientes se conecten directamente con sus seguidores, ampliando aún más el alcance de su música.

¹⁸⁵ Fuente de referencia: Wikipedia. Enlace: <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%88%91%E5%80%91%E6%B0%91%E8%AC%A02022>

¹⁸⁶ Enlace: <https://images.app.goo.gl/Kq8C2EGY6eowLVRq7>

5.2.3. Las redes sociales en la difusión de la música independiente

Desde 2010, las plataformas de redes sociales, como Weibo y WeChat (a través de sus cuentas públicas oficiales), se han consolidado como canales fundamentales para la promoción de la música independiente. Estas plataformas, que cuentan con millones de usuarios activos mensuales, proporcionan a los músicos una vía directa de interacción con sus seguidores, lo que les permite difundir nuevas obras, compartir su proceso creativo y narrar historias detrás de sus producciones sin depender del apoyo de discográficas o medios tradicionales. Weibo, por su carácter social abierto, se ha convertido en una herramienta clave para la interacción en tiempo real entre los músicos y sus audiencias. A través de esta plataforma, la publicación de canciones inéditas, la organización de giras y la compartición de aspectos de la vida cotidiana generan rápidamente un amplio debate y difusión. Por otro lado, las cuentas públicas oficiales de WeChat, mediante la publicación de artículos y la compartición de videos y audios, permite a los artistas llegar de manera más precisa a su público objetivo, consolidando comunidades de seguidores leales. El efecto multiplicador generado por la interacción de los usuarios, a través del boca a boca digital y la retransmisión de contenidos, ha incrementado significativamente la visibilidad de numerosos músicos independientes. Las funciones de retroalimentación inmediata en estas plataformas también brindan a los artistas la oportunidad de ajustar su orientación creativa y sus estrategias de promoción, potenciando notablemente la repercusión y el alcance de sus obras musicales.

Weibo, una plataforma basada en la relación entre usuarios para la difusión de información, seguimiento y compartición de contenido, ha otorgado a los músicos independientes un canal directo de comunicación con sus *fans*, lo que elimina la necesidad de depender de medios tradicionales o discográficas. La estructura de Weibo, que permite la publicación de textos breves de hasta 140 caracteres, junto con imágenes y videos, facilita una interacción ágil y eficiente. Esta modalidad de difusión fragmentada permite a los músicos compartir de manera inmediata su inspiración creativa, nuevas canciones y anuncios sobre giras, lo que genera discusión

y difusión a gran escala. Además, la función “Super Topic” de Weibo ha potenciado la creación de comunidades activas de seguidores, que se reúnen para debatir y compartir contenidos relacionados con sus artistas favoritos. Entre los músicos independientes más populares en Weibo, varios cuentan con una base de seguidores que supera el millón, como es el caso de Chen Li, Zuoxiao Zuzhou, Xie Chunhua, Ma Di, y los miembros de Higher Brothers, así como bandas como Shuimu Nianhua, New Pants, The Big Wave, Lao Lang, Pu Shu, Zhang Gasong, y Wu Tiao Ren.¹⁸⁷



Figura 33 La cuenta en Weibo de Chenli con 3,3 millones de seguidores y 2,8 millones de reenvío, comentarios y “me gusta”
(Fuente: Weibo¹⁸⁸)

WeChat, por su parte, ha emergido como una plataforma central en la promoción de música independiente mediante el uso de cuentas públicas oficiales, que facilitan una interacción directa entre los músicos y su audiencia. A diferencia de Weibo, WeChat se distingue por su enfoque en la difusión de contenido narrativo de mayor

¹⁸⁷ Las informaciones y los datos provienen de las cuentas oficiales de Weibo de los músicos y están actualizados hasta septiembre de 2024.

¹⁸⁸ Fecha de referencia: 24 de octubre de 2024.

profundidad, permitiendo a los músicos no solo comunicar sus obras, sino también desarrollar narrativas más complejas y personales que profundizan en la comprensión y apreciación de la música independiente por parte de su audiencia. Los operadores de cuentas públicas oficiales de WeChat relacionadas con la música independiente pueden agruparse en tres categorías: músicos individuales, compañías de gestión y cuentas no oficiales gestionadas por *fans*. En primer lugar, algunos músicos administran directamente sus cuentas, lo que les permite compartir nuevas producciones, anécdotas del proceso creativo y aspectos de su vida personal. Los ejemplos representativos incluyen a la banda Second Hand Rose, con más de 440 artículos originales publicados, y Zuoxiao Zuzhou, con más de 230 publicaciones. En segundo lugar, las cuentas gestionadas por compañías de representación, como las de Cui Jian, Black Panther, Zheng Jun y Chunlin Mo (Moxi Zishi), se centran en la promoción oficial, anuncios de giras y lanzamientos de álbumes, optimizando la visibilidad de los artistas mediante una estrategia más sistemática. Finalmente, las cuentas gestionadas por *fans*, como las de Pu Shu y Ma Di, crean espacios donde los seguidores pueden compartir noticias y detalles de conciertos, contribuyendo a la difusión no oficial de la música independiente.¹⁸⁹ Este modelo de operación multifacético de las cuentas públicas oficiales en WeChat permite a los músicos independientes adaptarse de manera flexible a las diversas demandas de su audiencia, ampliando y consolidando aún más su base de seguidores.

¹⁸⁹ Las informaciones y los datos son de las cuentas públicas oficiales de WeChat de los músicos y están actualizados hasta septiembre de 2024.



Figura 34 La cuenta pública oficial en WeChat de Second Hand Rose con 443 artículos originales
(Fuente: WeChat¹⁹⁰)

En conclusión, estas plataformas de redes sociales han permitido a los músicos independientes no solo promover sus obras de manera autónoma, sino también crear redes sólidas de interacción comunitaria, ampliando tanto el alcance como la profundidad de la difusión musical. Esto ha reforzado la aceptación y la presencia de la música independiente en el mercado, aumentando su influencia y visibilidad.

5.2.4. Las plataformas de videos cortos y la música independiente

Los videos cortos presentan ventajas como su brevedad, rápida difusión, bajo umbral de producción, fuerte carácter social y elevado valor de entretenimiento, lo que responde a las exigencias de la vida moderna de ritmo acelerado y al creciente consumo de entretenimiento instantáneo. Desde 2018, estas plataformas han experimentado un crecimiento exponencial. A través de la visualización de contenidos

¹⁹⁰ Fecha de referencia: 24 de octubre de 2024.

musicales y mediante la combinación de contenidos generados por los usuarios y la difusión viral, las plataformas de videos cortos han aumentado significativamente la exposición de la música independiente. Los músicos pueden aprovechar plataformas como Douyin o Kuaishou para presentar sus obras a una gran audiencia. La combinación de la música con los contenidos audiovisuales permite captar rápidamente la atención de los usuarios, y gracias a los potentes algoritmos de recomendación de estas plataformas, una obra de música independiente que coincida con las preferencias de los usuarios puede difundirse masivamente en poco tiempo e incluso convertirse en un “éxito viral”. Este modelo no solo mejora la visibilidad de las obras musicales, sino que también proporciona a los músicos independientes reconocimiento y beneficios económicos.

No obstante, las características fragmentadas de las plataformas de videos cortos también conllevan desafíos. Dado que el contenido en estas plataformas se presenta de manera breve y está destinado al consumo rápido, los músicos deben captar la atención de los usuarios de forma inmediata. Esto ha provocado una tendencia hacia la simplificación en la creación musical, destacando los fragmentos musicales más atractivos. Muchas canciones son recortadas en pequeños segmentos con el fin de maximizar su capacidad de difusión. Aunque este enfoque puede atraer rápidamente seguidores, si los músicos no logran establecer una conexión emocional más profunda con su audiencia, la influencia de sus obras tiende a ser efímera. Esta situación marca una diferencia notable entre las plataformas de vídeos cortos y otras redes sociales como Weibo, donde se da mayor importancia a la interacción continua y profunda entre los músicos y sus seguidores.

Para fomentar el desarrollo de los músicos independientes, Douyin lanzó el proyecto “Plan Ver la Música”, a través del cual ha establecido una colaboración más estrecha con estos músicos, apoyándolos en la promoción de sus obras y en el incremento de su visibilidad. Entre los músicos que han alcanzado mayor reconocimiento a través de Douyin se encuentran Higher Brothers, Zhang Gasong, Shuimu Nianhua, Chen Li, la banda New Pants, Second Hand Rose, Moxi Zishi (Mo Chunlin), Zheng Jun, Xie

Tianxiao, Ma Di y la banda Black Panther, entre otros, quienes han encontrado en la plataforma un nuevo medio de difusión. Hasta septiembre de 2024, cada músico cuenta con más de 100.000 seguidores.¹⁹¹



Figura 35 La cuenta en Douyin de Zhang Gasong con 0,99 millones de seguidores y 5,74 millones de “me gusta”
(Fuente: Douyin¹⁹²)

Por su parte, Kuaishou también lanzó el proyecto “Músicos de Kuaishou” y, en marzo de 2021, organizó una conferencia sobre el ecosistema de derechos de autor en la música. En este evento, se presentó un sistema integral de liquidación de derechos de autor para videos cortos, particularmente en relación con la música utilizada en transmisiones en vivo. Además, se estableció un sistema específico para la liquidación de derechos sobre letras y composiciones, así como un canal de liquidación especial

¹⁹¹ Las informaciones y los datos son de la cuenta de Douyin de los músicos y están actualizados hasta septiembre de 2024.

¹⁹² Fecha de referencia: 24 de octubre de 2024.

para músicos independientes.¹⁹³ Esta medida busca proteger los derechos de autor de los músicos y fomentar la participación de más artistas independientes en la creación de contenido dentro de esta plataforma. Los músicos independientes que participan en Kuaishou también han recibido una atención considerable, entre ellos Zhang Gasong, Zheng Jun y Shuimu Nianhua.

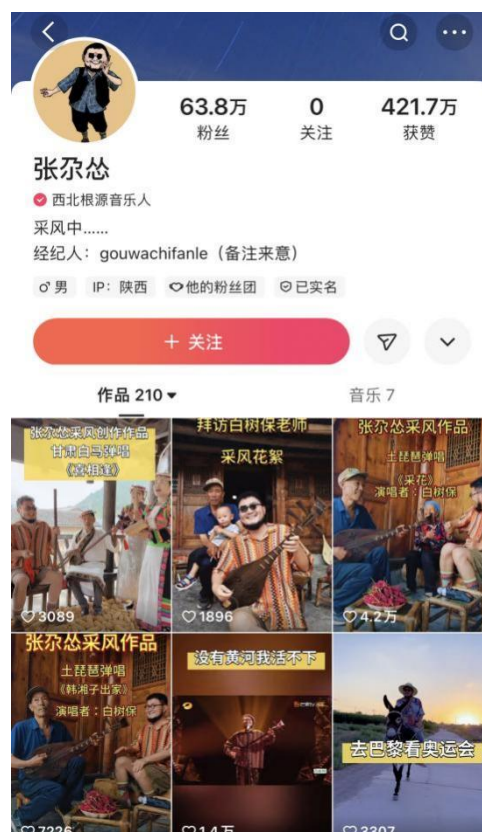


Figura 36 La cuenta en Kuaishou de Zhang Gasong con 0,64 millones de seguidores y 4,22 millones de “me gusta” (Fuente: Kuaishou¹⁹⁴)

El rápido desarrollo de las plataformas de videos cortos también ha promovido la diversidad de la música independiente, especialmente en lo que respecta a la música regional y étnica. A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, estas

¹⁹³ La información sobre el ecosistema de derechos de autor en la música de Kuaishou proviene del anuncio “快手召开音乐版权生态大会，首推直播间场景音乐版权结算标准” (traducción al español: Kuaishou realizó una conferencia sobre la ecología de los derechos de autor de la música, donde presentó los estándares de liquidación de derechos de autor para la música en transmisiones en vivo) publicado en QQ.com, escrito por 法制日报, el 22 de marzo de 2021. Enlace: https://new.qq.com/rain/a/20210322A06HMP00?suid=&media_id=

¹⁹⁴ Fecha de referencia: 24 de octubre de 2024.

plataformas ofrecen amplias oportunidades para la difusión de música de nicho. Algunas obras musicales regionales y étnicas han ganado popularidad rápidamente a través de vídeos cortos. Por ejemplo, los cantantes que utilizan dialectos locales y músicos pertenecientes a minorías étnicas han encontrado en estas plataformas un espacio para exhibir su música, captando la atención de un gran número de oyentes. Zhang Gasong es un ejemplo representativo de este fenómeno, ya que ha promocionado la música regional a través de plataformas de vídeos cortos, obteniendo 0,99 millones de seguidores en Douyin y 0,64 millones en Kuaishou, así como 5,74 millones de “me gusta” en la primera y 4,22 millones en la segunda (véase la Figura 35 y la Figura 36). La popularidad de las obras musicales de nicho no solo ha enriquecido el ecosistema de la música independiente en China, sino que también ha permitido que un público más amplio acceda a formas musicales provenientes de diversos contextos culturales.

En conclusión, el vertiginoso desarrollo de las plataformas de videos cortos ha brindado oportunidades sin precedentes a la música independiente en China. La alta visibilidad que ofrecen, junto con la facilidad para crear y difundir contenidos, ha proporcionado a muchos músicos independientes, previamente desconocidos, un escenario para mostrar su talento. Sin embargo, estas plataformas también presentan desafíos relacionados con la fragmentación y comercialización de la música. Mientras los músicos buscan adaptarse a las tendencias de las plataformas, deben enfrentar el reto de mantener su independencia creativa y la integridad artística de sus obras. A medida que las interacciones sociales y los mecanismos de protección de derechos de autor en las plataformas de videos cortos continúan perfeccionándose, la forma en que la música independiente se relacione con estas plataformas podría determinar el futuro de este campo musical.

5.2.5. La colaboración interdisciplinaria de la música independiente

Con el florecimiento de la música independiente en China, cada vez más artistas están colaborando con medios emergentes como el cine, la publicidad y los videojuegos para ampliar su influencia y llegar a nuevos públicos. Estas colaboraciones no solo

ofrecen mayores oportunidades de visibilidad, sino que también inyectan nueva energía e inspiración en sus creaciones, permitiendo que la música independiente explore nuevas formas de expresión en diferentes contextos mediáticos.

En el ámbito cinematográfico, la fusión entre la música independiente y el cine resulta especialmente potente. La singularidad y libertad de la música independiente aportan nuevas formas de narrativa a las películas, enriqueciendo sus capas emocionales y estéticas. Esta música no solo expresa las emociones internas de los personajes, sino que también suaviza el dramatismo excesivo, logrando una atmósfera más natural y profunda. Muchas películas de bajo presupuesto con temas realistas eligen la música independiente por su coste reducido, alta calidad y el poder de convocatoria que tiene en los mercados emergentes.



Figura 37 Los pósters de las películas “The Continent”, “Goodbye Mr. Loser” y “A Cool Fish”
(Fuente: Douban¹⁹⁵)

Un ejemplo es la película “The Continent (en chino: 后会无期)” (2014), que utilizó la canción “Camino Ordinario (en chino: 平凡之路)” de Pu Shu como tema principal, capturando a la perfección el espíritu de la generación de los 80, lo que generó un amplio debate en su momento. De manera similar, “Mis Flores (en chino: 那些花

¹⁹⁵ Enlaces: <https://movie.douban.com/subject/25805741/>, <https://movie.douban.com/subject/25964071/>, <https://movie.douban.com/photos/photo/2534010965/>

儿)”, otra canción de Pu Shu, resonó con el público como parte de la banda sonora de la película “Goodbye Mr. Loser (en chino: 夏洛特烦恼)” (2015). En 2018, la película “A Cool Fish (en chino: 无名之辈)” incluyó como canción “Luz (en chino: 光)” de la artista independiente Chen Li, añadiendo profundidad emocional a la película (Li, 2019: 150-152). Estas colaboraciones no solo elevaron el valor artístico de las películas, sino que también acercaron la música independiente a una audiencia más amplia.

El mundo de la publicidad también ha emergido como un escenario clave para que los músicos independientes muestren su talento. A medida que la popularidad y el valor comercial de la música independiente crecen, cada vez más marcas colaboran con estos artistas, integrando la música en sus campañas. Estas asociaciones no solo enriquecen la imagen cultural de las marcas, sino que también permiten a los músicos alcanzar al gran público. Por ejemplo, en 2017, adidas Originals se asoció con el grupo de *hip-hop* Higher Brothers para lanzar el anuncio titulado “Nomadic”, que combinaba letras, estilo visual y música para transmitir el espíritu de la marca. En 2018, el miembro de Higher Brothers, Ma Siwei, lanzó el sencillo “REFRESH” como parte de una campaña publicitaria para Sprite, dirigida al gusto del público joven.¹⁹⁶

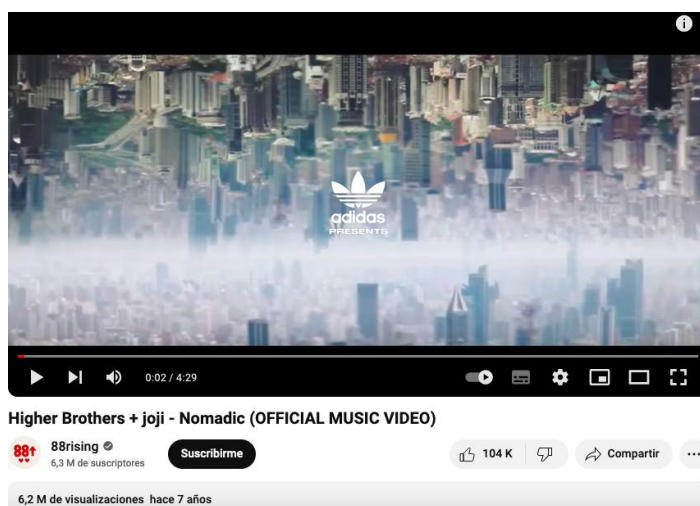


Figura 38 Captura del videoclip de la canción “Nomadic” en YouTube¹⁹⁷

¹⁹⁶ Fuente de referencia: El artículo “这些小众音乐被大牌广告看中，是为什么呢？” (traducción propia al español: ¿Por qué estas canciones de nicho han sido elegidas para grandes anuncios?) publicado en Street Voice, escrito por 卡洛斯, el 13 de marzo de 2019. Enlace: <https://dashi.streetvoice.cn/article/20190313/001/>

¹⁹⁷ Fecha de captura: 13 de octubre de 2024. Enlace: https://www.youtube.com/watch?v=m9l3_6yNjrs

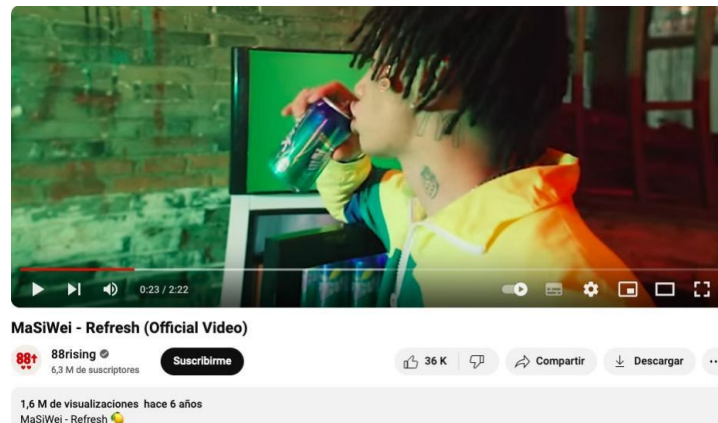


Figura 39 Captura del videoclip de la canción “REFRESH” en YouTube¹⁹⁸

Ese mismo año, la artista Chen Li compuso la canción promocional “Desde el principio (en chino: 从头¹⁹⁹)” para la marca de champú Dove, y junto con la marca, lanzó una edición limitada de botellas con las letras de la canción escritas a mano por la propia Chen Li.²⁰⁰ Este tipo de colaboraciones innovadoras no solo aumentan la atracción hacia las marcas, sino que también abren nuevas oportunidades creativas para los músicos. En 2020, el grupo New Pants colaboró con IKEA para lanzar la canción “Deja de preguntarme por qué crezco (en chino: 别再问我为什么长大)”, que se reprodujo en las tiendas de IKEA, ampliando la base de oyentes del grupo. Ese mismo año, la banda Wu Tiao Ren, popular gracias a su participación en el programa “The Big Band”, colaboró con marcas como Zhihu, JD.com, Vidal Sassoon y Volvo²⁰¹, consolidando su influencia entre los jóvenes consumidores.

¹⁹⁸ Fecha de captura: 13 de octubre de 2024. Enlace: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=nL6aoNg6UHc>

¹⁹⁹ La expresión en chino de “从头” significa literalmente “desde la cabeza”.

²⁰⁰ Fuente de referencia: Véase la nota al pie número 196.

²⁰¹ Fuente de referencia: El artículo “独立音乐商业化的势头会保持下去吗？2021 独立音乐趋势展望（三）” (traducción propia al español: ¿Seguirá creciendo la comercialización de la música independiente? Tendencias de la música independiente en 2021 (III)) publicado en Street Voice, escrito por 莹莹, el 20 de febrero de 2021. Enlace: <https://dashi.streetvoice.cn/article/20210220/001/>

【陈粒】多芬推广曲《从头》MV 不像广告曲的广告曲

2.0万 55 2018-09-19 05:18:05 未经作者授权，禁止转载



Figura 40 Captura del videoclip de la canción “Desde el principio” en Bilibili²⁰²

宜家 x 新裤子乐队发布 MV《别再问我为什么长大》，全程慈父笑，鬼马又温馨

4.3万 73 2020-06-11 09:50:34



Figura 41 Captura del videoclip de la canción “Deja de preguntarme por qué crezco” en Bilibili²⁰³

Por otro lado, la colaboración entre la música independiente y la industria de los videojuegos ha ganado terreno rápidamente, y las plataformas de videojuegos se están convirtiendo en un espacio clave para la promoción de este tipo de música. A diferencia del cine y la publicidad, los videojuegos, como medio altamente inmersivo, captan la atención de un gran número de jóvenes, lo que convierte a la música en un elemento crucial para mejorar la experiencia de juego. Las bandas sonoras, los temas principales y las canciones insertadas en los videojuegos no solo mejoran la inmersión del jugador, sino que también ofrecen a los músicos independientes una plataforma

²⁰² Fecha de captura: 13 de octubre de 2024. Enlace: <https://www.bilibili.com/video/BV1tW41167UG/>

²⁰³ Fecha de captura: 14 de octubre de 2024. Enlace: <https://www.bilibili.com/video/BV1FZ4y1H72t/>

para llegar a un público más amplio. En los últimos años, los músicos independientes han aprovechado el alcance masivo de los videojuegos para difundir sus creaciones. Un ejemplo notable es el MMO “Eudemons M” (2017), que invitó al reconocido músico independiente Dou Wei a componer el tema principal “Regreso a Eudemons (en chino: 重返魔域)”, marcando el regreso del músico a los escenarios después de varios años.



Figura 42 “Regreso a Eudemons” de Dou Wei
(Fuente: Douban²⁰⁴)

En la industria del ACG (Animación, Cómic y Juegos), las colaboraciones entre músicos independientes y producciones animadas han mostrado una gran sinergia. Las audiencias del ACG y los seguidores de la música independiente suelen coincidir en edad e intereses, lo que brinda a estos músicos mayores oportunidades de visibilidad. Por ejemplo, la canción “A Zhen se enamoró de A Qiang (en chino: 阿珍爱上了阿强)” de Wu Tiao Ren, utilizada como parte de la banda sonora de la animación “Scissor Seven (en chino: 刺客伍六七)” en 2018²⁰⁵, no solo aportó una mayor profundidad emocional a la serie, sino que también dio a conocer al grupo a un público más amplio. Este tipo de colaboraciones permiten a los músicos

²⁰⁴ Enlace: <https://music.douban.com/subject/27169407//>

²⁰⁵ Fuente de referencia: Véase la nota al pie número 201.

artistas amplíen su influencia y aumenten su visibilidad en la era digital. Este modelo de colaboración no solo ofrece a los músicos independientes nuevas fuentes de inspiración y oportunidades económicas, sino que también les permite llegar a audiencias más amplias, abriendo un horizonte prometedor para el desarrollo de la música independiente. A medida que la música independiente sigue integrándose con estos medios emergentes, demuestra cada vez más su versatilidad y su potencial ilimitado.

5.2.6. La fusión entre las escenas musicales presenciales y la difusión en línea

A partir de 2010, la música independiente en China ha experimentado un notable desarrollo dual, caracterizado por la convergencia entre las presentaciones en vivo en espacios físicos y la difusión a través de plataformas en línea. Los *live houses* y los festivales de música han ganado popularidad como puntos de encuentro esenciales para artistas y seguidores, mientras que la creciente importancia de las redes sociales y las plataformas de transmisión en línea ha ampliado el alcance de estos eventos a audiencias mucho más amplias. Este proceso de integración entre lo físico y lo digital ha impulsado un nuevo ecosistema musical, donde la interacción entre ambos formatos ha permitido un crecimiento sin precedentes de la escena independiente.

a) Cambios en los live houses y festivales de música presenciales

Desde 2010, el panorama de los conciertos de música independiente en China ha experimentado cambios significativos en comparación con el período entre 2000 y 2010. El número de *live houses* y festivales de música ha crecido notablemente, así como su escala e influencia. En sus inicios, los *live houses* se concentraban principalmente en grandes ciudades como Beijing y Shanghái, y los formatos de presentación eran relativamente limitados. Sin embargo, a medida que el ecosistema de la música independiente ha madurado, estos espacios han comenzado a proliferar en todo el país, permitiendo que ciudades de segundo y tercer nivel también cuenten con su propio espacio para la música independiente.

Un ejemplo destacado de este crecimiento es MAO Livehouse, que ha estandarizado su modelo de operación, pasando de la gestión individual a un modelo de cadena, con locales en 9 ciudades, incluyendo Beijing, Shanghai, Hangzhou, Chongqing, Suzhou, Chengdu, Guangzhou, Shenzhen y Changsha.²⁰⁸ Gracias a sus recintos profesionales con estándares uniformes, MAO Livehouse ofrece una plataforma para que artistas nacionales e internacionales realicen giras por China. Además, la empresa utiliza análisis de datos para ayudar a los músicos a identificar los gustos musicales de los *fans* en diferentes regiones, permitiendo una planificación de giras personalizada y eficaz (Zha, 2018: 15).

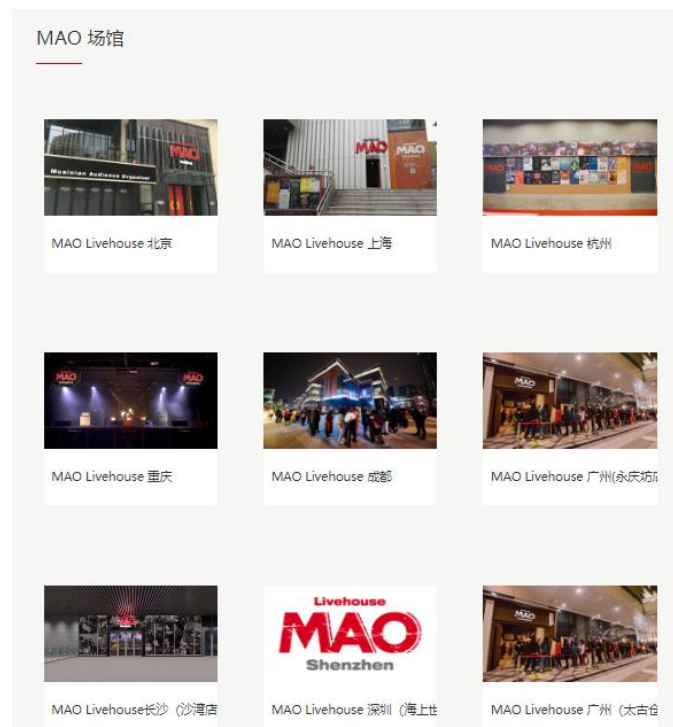


Figura 45 Captura de los nueve locales de MAO Livehouse en su página web oficial²⁰⁹

Los festivales de música, como fenómeno cultural, también han crecido rápidamente durante este período. Los festivales como el Strawberry Music Festival y el Midi

²⁰⁸ Fuente de referencia: Página web oficial de MAO Livehouse. Enlace: <http://mao-music.com/#/venue/list~region=~HISTORY=2>

²⁰⁹ Fecha de captura: 14 de octubre de 2024. Enlace: <http://mao-music.com/#/venue/list~region=~HISTORY=2>

Music Festival se han convertido en eventos culturales de gran envergadura a nivel nacional. En comparación con la década de 2000, la variedad y los temas de los festivales se han diversificado. En particular, algunos festivales más especializados, como el Simple Life Festival, han ofrecido experiencias más personalizadas y únicas, consolidándose como importantes vitrinas para la música independiente. Sin embargo, la pandemia que surgió en 2020 impactó profundamente en el mercado de los conciertos presenciales. Los grandes festivales de música y los conciertos fueron cancelados o pospuestos, lo que paralizó el mercado de presentaciones en vivo.



Figura 46 *Shanghai Simple Life Festival 2024*
(Fuente: Street Voice²¹⁰)

En contraste, los *live houses*, debido a su tamaño reducido y operación flexible, se recuperaron más rápidamente durante la pandemia, convirtiéndose en espacios clave para que los músicos independientes mantuvieran su actividad y sustento.²¹¹ Tras la pandemia, el público ha regresado a los eventos presenciales, y los festivales de

²¹⁰ La imagen proviene del artículo titulado “我们永远期待下一个夏天，2024 上海简单生活节圆满收官” (traducción al español: *A la espera del próximo verano: exitoso cierre del Shanghai Simple Life Festival 2024*) publicado por Street Voice, el 9 de septiembre de 2024. Enlace: <https://dashi.streetvoice.cn/article/20240909/001/>

²¹¹ Fuente de referencia: El artículo “都说“演不起”，LiveHouse 真不赚钱？” (traducción propia al español: *Se dice que "no pueden permitirse actuar", ¿es cierto que los LiveHouse no son rentables?*) publicado en 36kr, escrito por 文化产业评论, el 7 de noviembre de 2023. Enlace: <https://36kr.com/p/2506888940601600>

música han recuperado su protagonismo, volviendo a ser el foco principal de las actividades musicales en vivo. El resurgimiento de los festivales musicales después de la pandemia ha sido notable, con una demanda acelerada por parte de los espectadores, quienes, tras un largo período de aislamiento social, buscan con ansias experiencias musicales al aire libre de gran formato.

b) Interacción entre la música en vivo y la difusión en línea

Después de 2010, la escena de la música independiente en vivo ha establecido una estrecha relación de interacción y complementariedad con los canales de difusión en línea en constante crecimiento. A través de presentaciones en *live houses* y festivales de música, los músicos han logrado crear núcleos de seguidores, donde estas experiencias en vivo generan vínculos emocionales profundos entre los artistas y sus *fans*. Al mismo tiempo, las plataformas en línea como Weibo, Douban, Bilibili y aplicaciones de vídeos cortos como Douyin y Kuaishou ofrecen más oportunidades para difundir su música. Durante la pandemia, cuando las presentaciones en vivo se vieron limitadas, muchos músicos mantuvieron su visibilidad e interacción a través de transmisiones en vivo online y vídeos cortos, lanzando nuevas obras y atrayendo a su público.

En febrero de 2020, debido al impacto de la pandemia, la industria de los espectáculos en vivo se paralizó por completo. Ante esta situación, los músicos comenzaron a explorar nuevas formas de conexión con su público, recurriendo masivamente a transmisiones en vivo, lo que convirtió las pantallas de los teléfonos móviles en su nuevo escenario.²¹² Un ejemplo destacado de esta tendencia fue el *Doulive Sofa Concert 2020*, que contó con la participación de artistas como Super VC y Moxi Zishi, entre otros.²¹³

²¹² Fuente de referencia: El artículo “独立音乐人在直播间：会去往何处？” (traducción propia al español: *La música independiente en las transmisiones en vivo: ¿hacia dónde va?*) publicado en 36kr, escrito por 中国音乐财经, el 4 de marzo de 2020. Enlace: <https://36kr.com/p/1725197008897>

²¹³ Fuente de referencia: El artículo “疫情时期的长情告白：抖音沙发音乐会的暖心陪伴为“云娱乐”带来哪些启示？” (traducción al español: *Amor en tiempos de pandemia: lecciones del cálido acompañamiento de los Doulive Sofa Concert de Douyin para el “entretenimiento digital”*) publicado en QQ News, escrito por 娱乐独角兽, el 20 de febrero de 2020. Enlace: <https://news.qq.com/rain/a/20200220A0Q6XY00>



Figura 47 *Doulive Sofa Concert 2020*
(Fuente: QQ News²¹⁴)

Después de la pandemia, el modelo de interacción entre lo online y lo offline ha transformado la difusión de la música independiente, pasando de ser simplemente presentaciones en vivo a un impulso bidireccional. Por un lado, los músicos pueden construir su reputación mediante actuaciones en vivo, mientras que, por otro lado, pueden ampliar rápidamente su audiencia a través de vídeos cortos, transmisiones en vivo online y redes sociales. Además, los temas y las reacciones de los *fans* generados por la difusión en línea también motivan a más aficionados a experimentar las presentaciones en vivo, creando un ciclo positivo. Este modelo no solo ha aumentado la visibilidad de la música independiente, sino que también ha facilitado la rápida aparición de muchos músicos emergentes en la escena.

c) Diversificación de las formas de actuación y fusión interdisciplinaria

²¹⁴ Véase la nota al pie número 213.

En los últimos años, la conexión entre la industria ACG (animación, cómics y videojuegos) y la música independiente se ha vuelto más estrecha, dando lugar a nuevos formatos de actuaciones en vivo centrados en temas de videojuegos, animación o cómics. Estos eventos, a través de métodos altamente interactivos, combinan la música con diversos elementos mediáticos, ofreciendo al público una experiencia inmersiva única. En la era posterior a la pandemia, este tipo de actuaciones temáticas de ACG se han convertido en una nueva tendencia. Por ejemplo, el “Festival Cwin de Música de Videojuegos”, organizado con el apoyo de la Asociación China de Audio, Video y Publicación Digital, se llevó a cabo del 2 al 4 de octubre de 2024 en el Shanghai International Music Village. En este evento participó la banda de hardcore electrónica Hyper Slash (en chino: 超级斩乐队).²¹⁵



Figura 48 “Festival Cwin de Música de Videojuegos”
(Fuente: Sina²¹⁶)

²¹⁵ Fuente de referencia: El artículo “属于中国玩家的音乐节，‘游戏音乐嘉年华’即将到来” (traducción propia al español: *El festival de música para jugadores chinos, “Festival de Música de Videojuegos”, está por llegar*) publicado en Sina Finance, escrito por 游戏研究社, el 19 de septiembre de 2024. Enlace: <https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2024-09-20/doc-incptkpa6609605.shtml>

²¹⁶ Véase la nota al pie número 215.

5.2.7. Los intentos de la música independiente china en el mercado global

En los últimos años, la música independiente en China ha logrado un progreso significativo en su desarrollo internacional. Con la recuperación del mercado de conciertos, a partir de 2023, un número creciente de músicos independientes ha comenzado a explorar mercados en el extranjero. Las bandas como Omnipotent Youth Society y Wu Tiao Ren han iniciado presentaciones internacionales, buscando ganar visibilidad en los mercados de conciertos de Europa y América a través de festivales de música, conciertos especiales y eventos combinados.²¹⁷

En primer lugar, los festivales de música internacionales se han convertido en uno de los principales canales para que la música independiente china llegue al mundo. Como un vehículo crucial para el intercambio cultural transnacional, estos festivales atraen a músicos y público de todo el planeta. En la última década, muchos músicos y bandas independientes chinas han sido invitados a participar en conocidos festivales internacionales, como el SXSW (*South by Southwest*) en EE.UU., *The Great Escape* en el Reino Unido y *Fuji Rock* en Japón. Estos festivales no solo les ofrecen la oportunidad de compartir escenario con colegas internacionales, lo que permite que la música independiente china se presente ante audiencias globales, sino que también crean un espacio para que músicos, productores y profesionales de la industria establezcan contactos. Al participar en estos festivales internacionales, la música independiente china ha comenzado a salir de su entorno local y a convertirse en parte del mapa musical global. Además, las presentaciones especiales y los eventos combinados, que se realizan principalmente en pequeños locales de música en Europa y América, ofrecen a los *fans* ventajas como fotos, firmas e interacciones que son más accesibles que en China, creando un ambiente de comunicación más libre.²¹⁸

²¹⁷ Fuente de referencia: El artículo “中国独立音乐人海外巡演，真的香吗？” (traducción propia al español: ¿Las giras internacionales de músicos independientes chinos realmente triunfan?) publicado en Jiemian, escrito por 音乐先声, el 19 de marzo de 2024. Enlace: <https://www.jiemian.com/article/10931023.html>

²¹⁸ Véase la nota al pie número 217.



Figura 49 Póster del “Friends From The East Festival” del Festival SXSW 2024
(Fuente: Jiemian²¹⁹)

Estados Unidos se ha convertido en el principal mercado de exportación para los músicos independientes chinos. Muchos estudiantes o profesionales que viven en el extranjero, debido a la imposibilidad de regresar a China durante la pandemia, suelen sentir una profunda nostalgia. Como resultado, en los últimos años, algunas bandas y artistas que han realizado presentaciones en EE.UU. han obtenido buenos resultados en taquilla, creando un fenómeno de autosuficiencia en el mercado de los chinos en el extranjero. Por ejemplo, entre noviembre y diciembre de 2023, la banda Wu Tiao Ren realizó una gira por Estados Unidos bajo el nombre de “Canton Express”, visitando ciudades como Boston, Nueva York, Seattle, San Francisco y Los Ángeles. Además, dio una conferencia en la Universidad de Yale titulada “Canton Express: Wu Tiao Ren y la ola de localización global”.²²⁰

²¹⁹ Véase la nota al pie número 217.

²²⁰ Fuente de referencia: El artículo “五条人将赴北美巡演，顺路去耶鲁演讲” (traducción al español: *La banda Wu Tiao Ren hará una gira por América del Norte y, de paso, dará una conferencia en Yale*) publicado en Sohu, escrito por 李丽, el 22 de noviembre de 2023. Enlace: https://www.sohu.com/a/738161173_119778



Figura 50 Gira “Canton Express” de Wu Tiao Ren en EE.UU.
(Fuente: Sohu²²¹)

En este contexto de internacionalización, la música independiente china también ha comenzado a expandirse al sudeste asiático, donde muchos músicos independientes han tenido éxito entre el público de estas regiones. Por ejemplo, según datos de Spotify, los músicos independientes como Omnipotent Youth Society tienen una alta proporción de oyentes mensuales en países del sudeste asiático, donde la ventaja del idioma en naciones como Singapur y Malasia facilita la difusión de la música independiente china. De hecho, Omnipotent Youth Society llevó a cabo en marzo de 2024 una gira asiática titulada “Inside the Cable Temple 2024” en Kuala Lumpur, Singapur y Tokio.²²² Esta combinación de presentaciones en el extranjero y festivales de música internacionales ha abierto un espacio más amplio para el desarrollo global de la música independiente china.

²²¹ Véase la nota al pie número 220.

²²² Véase la nota al pie número 217.



Figura 51 Gira “Inside the Cable Temple 2024” de Omnipotent Youth Society en Singapur
(Fuente: Lianhe Zaobao²²³)

Además, los músicos independientes chinos han acelerado su proceso de internacionalización a través de colaboraciones con sellos discográficos y equipos de producción extranjeros. A medida que el potencial del mercado musical chino ha sido cada vez más valorado por sellos discográficos e inversores en el extranjero, más músicos independientes han tenido la oportunidad de firmar contratos o colaborar con sellos internacionales. A través de estas colaboraciones, los músicos no solo obtienen recursos de producción más profesionales, sino que también pueden acceder a redes de promoción de sellos discográficos extranjeros, ingresando así en más mercados. Esta cooperación internacional no solo mejora la producción musical, sino que también amplía la visión cultural y las ideas musicales, haciendo que la música independiente china sea más diversa e incorporando más elementos internacionales. Por ejemplo, el grupo de *hip-hop* Higher Brothers, al colaborar con el sello estadounidense 88rising, logró abrirse paso en el mercado europeo y estadounidense,

²²³ La imagen es del anuncio “万能青年旅店首度来新开唱 全程只说三句话” (traducción propia al español: *La banda china Omnipotent Youth Society ofreció su primer concierto en Singapur, y durante todo el espectáculo solo dijeron tres frases*) publicado en Lianhe Zaobao, escrito por 李佳轩, el 12 de marzo de 2024. Enlace: <https://www.zaobao.com.sg/entertainment/story20240312-3144525>

recibiendo una amplia atención.²²⁴ Este éxito en la cooperación intercultural no solo ha llevado a la música independiente china al ámbito internacional, sino que también marca la formación de un nuevo modelo de música globalizada: una fusión transnacional de estilos musicales y elementos culturales, construida sobre la base de la cultura local.

Asimismo, las plataformas de *streaming* internacionales han ofrecido nuevas vías para la difusión de la música independiente china a nivel internacional. Las plataformas globales como Spotify e YouTube han proporcionado un espacio para que los músicos independientes se exhiban, y los videos musicales y obras de audio publicados en estas plataformas pueden atraer rápidamente la atención y el apoyo de oyentes internacionales. Al analizar la situación actual, se observa que cada vez más músicos independientes chinos, como Higher Brothers, Chen Li, Omnipotent Youth Society y Second Hand Rose, están logrando buenos resultados en Spotify, acumulando datos destacados y atrayendo audiencias internacionales. Por ejemplo, hasta noviembre de 2024, la canción “Made in China” de Higher Brothers había alcanzado 26,53 millones de reproducciones en YouTube, mientras que Omnipotent Youth Society cuenta con 98.569 oyentes mensuales en Spotify.²²⁵ Esta forma de difusión a través de plataformas digitales permite que su música llegue a un público más amplio, sentando las bases para su desarrollo internacional futuro.

En general, la música independiente china está dando pasos hacia el mercado internacional, y las múltiples iniciativas de presentaciones, colaboraciones y publicaciones en *streaming* son, sin duda, vías importantes para lograr este objetivo. Los músicos independientes chinos están rompiendo las barreras geográficas y culturales, convirtiéndose gradualmente en una fuerza significativa dentro del ecosistema musical global, lo que aporta más diversidad y posibilidades al mercado musical mundial.

²²⁴ Fuente de información: El artículo “红遍全球的 Higher Brothers 和他背后的缔造者” (traducción propia al español: *Los Higher Brothers, famosos en todo el mundo, y el creador detrás de su éxito*) publicado en ThePaper, escrito por Figure, el 18 de marzo de 2019. Enlace: https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_3141764

²²⁵ Los datos se ven en las plataformas de YouTube y Spotify.

A pesar de esto, la mayoría de los músicos independientes de China aún no han logrado establecer un poder de convocatoria estable y duradero en el extranjero. Esto se debe principalmente a que no han prestado suficiente atención a la operación del mercado internacional y carecen de experiencia en cómo mantener grupos de *fans* y promocionar su música y obras.²²⁶ En esta situación, aunque algunas bandas y artistas han logrado logros iniciales en el mercado internacional, aún requieren más esfuerzo y estrategias para alcanzar un desarrollo a largo plazo.

5.3. El resumen de la producción, distribución y difusión de la música independiente en China

En resumen, la música independiente en China ha recorrido un largo camino desde su formación subterránea en la década de 1990 hasta su integración con los nuevos medios en la última década. Al principio, la música *underground* se caracterizó por la autoproducción y la distribución artesanal en pequeños círculos, mientras las librerías y revistas musicales desempeñaron un papel crucial en su difusión. A partir de los 2000, el surgimiento de sellos discográficos independientes y la creciente popularidad de los festivales de música y *live houses* contribuyeron a la expansión de la escena independiente, ofreciendo plataformas para la presentación en vivo de artistas emergentes. Con la llegada de la digitalización, las plataformas en línea permitieron a los músicos difundir su trabajo a audiencias más amplias.

En la última década, la prosperidad de la música independiente ha estado impulsada por la aparición de servicios de *streaming* como NetEase Cloud Music y QQ Music, que han facilitado el acceso masivo a la música independiente. Además, programas de variedades y las redes sociales han elevado la visibilidad de estos músicos, permitiéndoles llegar a un público mayor. Las plataformas de videos cortos, como Douyin y Kuaishou, han jugado un papel fundamental en la viralización de canciones independientes, mientras que la colaboración interdisciplinaria con otras formas de arte ha ampliado la relevancia cultural de la música independiente.

²²⁶ Véase la nota al pie número 217.

La fusión entre las presentaciones en vivo y la difusión en línea ha creado un ecosistema donde los músicos independientes pueden florecer tanto en escenarios presenciales como en plataformas digitales. Además, los intentos de los músicos chinos de expandirse a mercados internacionales, a través de festivales y colaboraciones globales, reflejan el creciente interés en llevar la música independiente china más allá de sus fronteras. Aunque existen desafíos para mantener una presencia constante en el extranjero, las múltiples vías de producción, distribución y difusión han allanado el camino para que la música independiente en China continúe evolucionando y ganando relevancia en el contexto global.

Mirando hacia el futuro, el desarrollo de la música independiente en China se enfrentará a una serie de desafíos y oportunidades. Entre los desafíos, la creciente saturación del mercado y el monopolio de las plataformas son los dos problemas principales. A medida que más músicos ingresan al mercado de la música independiente, la competencia se intensificará. Esto podría restringir la diversidad y el espíritu innovador de la música independiente, especialmente cuando las plataformas más grandes (como los gigantes del *streaming*) controlan los canales de distribución y promoción musical. Esta situación podría llevar a los músicos a adaptarse a los algoritmos y demandas del mercado, comprometiendo así su independencia creativa. Además, el monopolio de las plataformas podría resultar en una distribución desigual de los ingresos, impidiendo que los músicos independientes obtengan la compensación económica que merecen por su trabajo, lo que debilitaría la sostenibilidad de su creación.

Sin embargo, las nuevas tecnologías presentan oportunidades sin precedentes para la música independiente. La tecnología *blockchain* ofrece soluciones innovadoras para la protección de derechos de autor y la distribución de ingresos. Gracias al *blockchain*, los músicos pueden establecer una conexión directa con su audiencia, evitando los intermediarios tradicionales y asegurando que cada uso o transacción de su obra sea rastreada de manera transparente, lo que garantiza una distribución más justa de los ingresos.

Por otro lado, las tecnologías de realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR) han abierto nuevos horizontes para las presentaciones en vivo. Con los avances tecnológicos, los músicos podrán ofrecer conciertos virtuales que proporcionen experiencias inmersivas a audiencias globales, rompiendo así las limitaciones de tiempo y espacio de los espectáculos presenciales. Esto será especialmente beneficioso para los músicos independientes que no pueden realizar giras internacionales con frecuencia, permitiéndoles mostrar su trabajo a nivel mundial e interactuar con sus seguidores.

En general, el desarrollo de la música independiente en China continuará evolucionando bajo la influencia dual del mercado y la tecnología. Aunque el monopolio de las plataformas y el aumento de la competencia pueden representar desafíos para la música independiente, las tecnologías emergentes abrirán nuevas formas de creación, distribución e interacción. Este equilibrio entre desafíos y oportunidades permitirá a los músicos independientes adaptarse a los cambios y explorar nuevas posibilidades, impulsando así la música independiente hacia un futuro más amplio.

Capítulo 6. La evolución del consumo de música independiente en China

Con el desarrollo del mercado musical en China, la música independiente ha pasado de ser un fenómeno *underground* y de nicho a ganar mayor visibilidad, atrayendo a un número cada vez mayor de consumidores. Como una expresión cultural distinta de la música oficial y la música comercial dominante, la música independiente destaca no solo por su estilo y proceso creativo únicos, sino también por el espíritu de libertad y actitud rebelde que ha cautivado a amantes de la música de diferentes generaciones.

Como se planteó en el marco teórico, el consumo de música independiente en China no solo se limita a satisfacer las preferencias estéticas de los consumidores, sino que también actúa como una herramienta para redefinir su identidad en un contexto de rápidos cambios sociales. Desde mediados de la década de 1990, el modo en que esta música llega al público ha experimentado varias fases: primero con los conciertos en vivo en pequeños locales como los *live houses*, luego mediante plataformas en internet y los festivales musicales, y actualmente a través de las plataformas de *streaming* y la popularidad de los vídeos cortos. En cada etapa, tanto el perfil de los consumidores como sus motivaciones y patrones de consumo se han adaptado a las transformaciones tecnológicas y culturales del momento.

A continuación, se abordará el análisis de cada etapa desde 1995 hasta la actualidad de la década de 2020, considerando cómo las preferencias, motivaciones y comportamientos de los consumidores de música independiente han evolucionado de manera única en cada década. Esta revisión nos permitirá comprender cómo el consumo de música independiente se ha diversificado y consolidado, en un proceso donde convergen el desarrollo social, la innovación tecnológica y los cambios culturales, hasta consolidarse como un elemento relevante del mercado musical chino actual.

6.1. Los pioneros del consumo de la música independiente (1995-2010)

6.1.1. El perfil de los consumidores

Los jóvenes son el principal público de la música independiente. Como señala Wang Liyuanjie: “El principal público de la música independiente está compuesto mayoritariamente por jóvenes, ya que muchos de los músicos independientes tienen una edad similar a la de sus oyentes. En sus composiciones, incluyen historias que reflejan la realidad de su generación, y tanto las letras como las melodías generan un fuerte sentimiento de identificación entre los oyentes contemporáneos. Su música se percibe como una forma de expresión dirigida a su propia generación” (Wang, 2018: 15. Traducción propia).

A partir de esto, podemos inferir que, entre 1995 y 2010, los consumidores de la música independiente en China se concentraban principalmente entre los nacidos en las décadas de los 70, los 80 y algunos de los primeros años de los 90. Más que simples consumidores, es más acertado decir que son entusiastas apasionados de la música independiente. Esta generación no solo fue testigo de los rápidos cambios sociales en China, sino que también fue de las primeras en acceder a internet y a la cultura global. La mayoría eran personas con un alto nivel de educación, pertenecientes a la élite urbana, aunque en ese periodo los creadores de música independiente empezaron a perder su carácter elitista, sobre todo en ciudades con una fuerte vida cultural como Beijing. Entre estos consumidores había intelectuales, estudiantes universitarios, artistas y profesionales creativos, quienes mantenían una postura crítica hacia la cultura comercial dominante y la música pop, buscando experiencias culturales más personalizadas y profundas. Por ejemplo, lo mencionado en el capítulo anterior sobre la Librería Fangzhou se basa en un comentario del usuario de Douban llamado Yiquweimang (en chino: 一曲微茫), quien era estudiante universitario a finales de los años 90 cuando compraba en esa librería. Ante un mercado musical cada vez más comercializado, preferían la música independiente por su defensa de la creación autónoma, la libre expresión y su espíritu rebelde.

En ese período, los recursos de la música independiente eran relativamente escasos y se difundían principalmente en círculos *underground*, con canales de distribución limitados. Los aficionados a este tipo de música obtenían información a través de recomendaciones de amigos, conciertos en el circuito *underground*, pequeños festivales de música y foros especializados, todos ellos canales más cerrados y selectivos. Por lo tanto, como comentó Wang Fan, vocalista de la banda 8 Immortals (en chino: 八仙饭店), en el podcast “Jóvenes Problemáticos” el 5 de septiembre de 2023, en ese momento el público de la música independiente no era tan amplio como el actual, pero sí muy inclusivo, lo que permitía que la música tuviera una diversidad sin restricciones.²²⁷ A estos consumidores les encantaba descubrir música que no estuviera empaquetada comercialmente, preservando su autenticidad. No eran solo oyentes pasivos de la música independiente, sino también sus defensores y promotores activos. A diferencia del público en general, poseían un nivel cultural más alto y una mayor capacidad de apreciación artística. No se conformaban con la música pop convencional, sino que veían en la música independiente una forma de expresar sus valores y actitudes sociales de manera única.

El carácter de élite de los oyentes de música independiente era especialmente evidente. Incluso abarcaban a extranjeros residentes en China, como ocurrió en el club nocturno de *punk-rock* D22, fundado por Michael Pettis, que atraía a muchos asistentes internacionales.²²⁸ No solo les interesaba la música en sí, sino también la cultura y el mensaje ideológico que esta transmitía. Como líderes y difusores de la cultura urbana, estos consumidores solían estar activos en campos creativos o intelectuales, y la música independiente se convirtió en un símbolo de su identidad personal y de su pertenencia cultural.

²²⁷ Fuente de referencia: El programa de podcast “八仙饭店: 独立音乐是受众和创作者的双向选择” (traducción propia al español: *8 Immortals: La música independiente es una elección mutua entre el público y los creadores*) publicado por 问题青年, el 5 de septiembre de 2023. Enlace: <https://podcasts.apple.com/sg/podcast/94-%E5%85%AB%E4%BB%99%E9%A5%AD%E5%BA%97-%E7%8B%AC%E7%AB%8B%E9%9F%B3%E4%B9%90%E6%98%AF%E5%8F%97%E4%BC%97%E5%92%8C%E5%88%9B%E4%BD%9C%E8%80%85%E7%9A%84%E5%8F%8C%E5%90%91%E9%80%89%E6%8B%A9/id1557453933?i=1000626812613>

²²⁸ Véase la nota al pie número 225.

6.1.2. Las motivaciones de los consumidores

Entre 1995 y 2010, las motivaciones de los consumidores de la música independiente en China se centraban principalmente en tres aspectos.

En primer lugar, la oposición a lo *mainstream* y la autoexpresión eran una de las motivaciones clave de los consumidores de este período. Esta generación, cansada de la música comercializada en exceso, la consideraba demasiado homogénea. La música independiente, con su carácter rebelde y su espíritu DIY (hazlo tú mismo), les ofrecía una alternativa distinta. Especialmente los nacidos en las décadas de los 70 y 80 buscaban a través de la música independiente expresar su individualidad y reflexionar sobre el orden social establecido. Valoraban la libertad creativa, y las características de la música independiente, que no estaban limitadas por las exigencias del mercado, se convirtieron en una herramienta fundamental para manifestar su identidad y estilo de vida personal. El espíritu DIY, que implica que los músicos crean, graban y distribuyen su propia música, resonaba con los valores de estos consumidores, despertando en ellos el deseo de expresar su creatividad de manera autónoma.

En segundo lugar, la exploración cultural y la resonancia emocional también eran motivaciones importantes para este grupo. La llegada de la cultura global brindó a los jóvenes chinos la oportunidad de conectarse con diversas corrientes musicales, como el *rock*, el *folk* y el *punk*, lo que despertó su curiosidad y su identificación con culturas y estilos de vida diferentes. A través de la música independiente, no solo pueden explorar diferentes contextos culturales, sino también expresar su identidad en la intersección entre la globalización y la localización. Las letras y los temas de la música independiente a menudo se vinculaban con la realidad cotidiana de los jóvenes, abarcando problemas sociales, el mundo espiritual o conflictos internos, lo que les permitía encontrar una profunda resonancia emocional en la música. Así, la música independiente ofrecía una plataforma para reflejar sus experiencias personales y su mundo interior, haciendo que estos consumidores sintieran que sus voces eran escuchadas.

Por último, la evasión de la comercialización también era una razón clave por la que la música independiente atraía a estos consumidores. A medida que la música *mainstream* se volvía cada vez más comercial, muchos de ellos sentían rechazo hacia el modelo de producción musical impulsado por el mercado. La música excesivamente comercial a menudo sacrificaba su independencia creativa para satisfacer el gusto masivo, careciendo de originalidad y profundidad emocional. En contraste, las características “no comerciales” de la música independiente y su resistencia a la comercialización se convirtieron en un símbolo de oposición a las reglas del mercado dominante y de defensa de la libertad creativa, atrayendo a quienes deseaban alejarse del control comercial y buscar una experiencia musical auténtica.

6.1.3. Los comportamientos y patrones de consumo

Entre 1995 y 2010, los consumidores de la música independiente en China mostraron comportamientos y patrones de consumo únicos. Participaron activamente en la difusión y el apoyo a la música independiente a través de diversas vías, como conciertos en vivo, acceso a recursos en línea y colecciones de música física.

Las presentaciones en vivo fueron una forma importante de consumo para los oyentes de música independiente durante este período, especialmente en grandes ciudades, en locales como *live house* y espacios de música *underground*. Los lugares emblemáticos como “Yugong Yishan” en Beijing y “Yuyintang” en Shanghái se convirtieron en bastiones de la música independiente. Los consumidores frecuentaban estos bares pequeños y lugares subterráneos, no solo para escuchar música, sino también para disfrutar de la atmósfera de los conciertos y sentir directamente la energía creativa de los músicos. Además, aunque el *Midi Music Festival* en este período no había alcanzado la magnitud que tendría más tarde, seguía siendo un espacio importante para la interacción entre los músicos y aficionados, brindando a los consumidores la oportunidad de apreciar música independiente y conectarse con otros con intereses similares.

Con el desarrollo de Internet a finales de la década de 1990, los consumidores de música independiente comenzaron a recurrir a canales en línea para obtener música e información. En una época en la que los recursos en línea aún eran limitados, el intercambio de archivos P2P, los foros de música y los blogs se convirtieron en herramientas clave para la difusión de la música independiente. Los foros de música, especialmente aquellos representados por Douban, reunieron a muchos aficionados a la música con intereses comunes, convirtiéndose en la principal plataforma social para que los consumidores discutieran, compartieran y difundieran música. Estos foros no solo ofrecían un canal conveniente para obtener información sobre música, sino que también creaban una comunidad interactiva donde los usuarios podían encontrar conexión emocional a través de discusiones y comparticiones. Además, los blogs también fueron una fuente importante de información para los amantes de la música independiente, donde algunos músicos y críticos publicaban sus obras y detalles sobre actuaciones en vivo, atrayendo a los consumidores de este género.

A pesar del desarrollo de la música digital, la colección de música física y analógica seguía siendo un comportamiento de consumo significativo entre los amantes de la música independiente. Muchos de estos consumidores preferían comprar CDs y casetes, considerando que adquirir música en formato físico no solo era un apoyo económico para los artistas independientes, sino también un acto de respeto y amor por la forma artística de la música. Los discos físicos ocupan un lugar especial en la cultura de la música independiente; poseer un disco no solo simboliza una identidad cultural y un sentido de pertenencia, sino que también evita la erosión de la pureza musical por parte del mercado comercial. Así, la colección de discos se convirtió en un símbolo de expresión del gusto cultural y la profunda pasión por el arte entre los consumidores de la música independiente.

En resumen, los consumidores de la música independiente en China entre 1995 y 2010 mostraron una fuerte inclinación por el espíritu de exploración y el apoyo a la creación local. A través de diversos modos de consumo, impulsaron el desarrollo y la

diversificación de la música independiente en el país, convirtiéndose en promotores activos y divulgadores de esta cultura musical.

6.1.4. Las preferencias y tendencias de los consumidores

En general, entre 1995 y 2010, las preferencias y tendencias de los consumidores de la música independiente en China reflejan una búsqueda de autenticidad y expresión personal, así como los lazos comunitarios estrechos que se formaron en este contexto cultural.

En primer lugar, en cuanto a los estilos musicales, la música independiente se centra principalmente en el *rock*, el *folk* y el *punk*, enfatizando la rebeldía, la libertad y la individualidad. La cultura del *rock* en Beijing y la música *folk* de la región oeste se convirtieron en componentes esenciales de la música independiente de esta época, mostrando una rica diversidad y características regionales. La cultura del *rock* en Beijing, con su rica historia y diversas formas de expresión, se estableció como un importante punto de origen de la música independiente, dando lugar a numerosas bandas y músicos talentosos. Al mismo tiempo, la música *folk* de la región oeste también tuvo un lugar significativo en el círculo de la música independiente, siendo muy apreciada por los consumidores.

En segundo lugar, en términos de las tendencias de consumo, la música independiente prosperó principalmente en círculos pequeños, con su difusión apoyada por el boca a boca y actividades en vivo. La conexión entre músicos y consumidores fue muy estrecha, y a menudo había interacción y comunicación después de los conciertos. Esta interacción no solo mejoró la experiencia musical, sino que también permitió a los consumidores sentir una conexión profunda con los músicos, lo que reforzó su sentido de pertenencia a la música independiente.

Por último, los consumidores del círculo de la música independiente desarrollaron una conciencia comunitaria altamente cohesionada. Esta cultura de grupo fomentó la resonancia y la interacción entre los consumidores, creando un sólido grupo subcultural. En este entorno, los consumidores no solo compartieron música, sino

también sus experiencias de vida y su identidad cultural. En comunidades en línea, como foros de música, participaron activamente en discusiones sobre bandas, estilos musicales e información sobre conciertos, estableciendo un fuerte sentido de pertenencia. Este sentido de pertenencia se manifestó no solo en su amor por la música, sino también en su búsqueda compartida de una cultura alternativa y de expresión individual.

6.2. La consolidación del consumo masivo (2010-)

6.2.1. El perfil de los consumidores

Después de 2010, el perfil de los consumidores de música independiente en China muestra no solo cambios significativos en el grupo principal, el contexto cultural y los niveles de consumo, sino que también refleja comportamientos y tendencias únicos en la expresión de la individualidad, la interacción social y la vida digital.

a) Grupo principal

Después de 2010, los nacidos en los años 80, 90 y la Generación Z han sido los consumidores centrales de la música independiente en China. Este grupo se concentra en personas de 15 a 35 años, principalmente residentes en áreas urbanas, con un ingreso disponible relativamente alto. No solo son oyentes de la música independiente, sino también participantes activos en la creación y difusión de contenido musical, especialmente en redes sociales y plataformas de *streaming*, donde muestran un fuerte deseo de interactuar. Estos jóvenes disfrutaban expresar su aprecio por la música independiente en plataformas como NetEase Cloud Music a través de “me gusta”, comentarios y compartiendo canciones. En las secciones de comentarios de estas plataformas, frecuentemente se pueden encontrar reflexiones profundas sobre la música y análisis estéticos (Zha, 2018: 14).

Este tipo de consumidores tiende a buscar experiencias personalizadas y estilos musicales únicos. No se apegan a la cultura *mainstream*, sino que prefieren usar la música como medio para mostrar su individualidad. En comparación con otros consumidores de música, son más abiertos a nuevos géneros como el electrónico,

post-rock y la música experimental, reflejando así su gusto musical diverso. Además, al ser un grupo sensible a las tendencias, a menudo exploran nuevas corrientes culturales a través de la música, lo que fortalece su vínculo emocional y su sentido de pertenencia a la comunidad musical.

b) Contexto cultural

La década de 2010 fue un período clave para el avance de la música independiente en China hacia la digitalización y la popularización. Con la creciente penetración de los smartphones y el auge de las plataformas de *streaming*, las formas de distribución y consumo de la música independiente cambiaron drásticamente. Los nacidos en los años 90 y la Generación Z crecieron en este entorno centrado en Internet, donde las plataformas digitales se convirtieron en el canal principal para acceder y descubrir música. Se han acostumbrado a explorar música a través de plataformas de *streaming* como NetEase Cloud Music.

Estos jóvenes valoran profundamente la expresión de su individualidad, lo que convierte a la música independiente en un símbolo importante de su identidad. A diferencia de generaciones anteriores, son más abiertos y priorizan la interacción inmediata con los músicos y otros oyentes. Comparten activamente listas de reproducción, escriben reseñas musicales e incluso crean contenido relacionado con la música, como videos y otros tipos de contenido generado por los usuarios (UGC) (Zha, 2018: 13). Así, la música independiente no solo se consume de forma individual, sino que se convierte en una forma de participación cultural colectiva.

Además, estos consumidores han crecido en un entorno saturado por redes sociales, que utiliza plataformas de videos cortos como Douyin y Kuaishou para descubrir y difundir música. Para ellos, la música independiente no es solo una experiencia auditiva, sino que combina lo visual y lo social como una forma integral de expresión. Esta generación presta especial atención a utilizar la música y los símbolos visuales para expresar su identidad. La música independiente se ha convertido en una

herramienta crucial para que los jóvenes construyan identidades culturales y fortalezcan sus interacciones sociales.

c) Nivel de consumo

Después de 2010, el grupo de consumidores de la música independiente se amplió aún más, pasando de un público compuesto principalmente por intelectuales de élite a abarcar grupos sociales más amplios. Este grupo incluye a jóvenes no solo de las grandes ciudades, sino también de ciudades de segundo y tercer nivel. Esta expansión ha sido posible gracias a la difusión de Internet móvil, lo que ha permitido que los jóvenes de pequeñas ciudades y zonas rurales accedan fácilmente a la misma rica variedad de la música independiente que sus pares en las grandes metrópolis.

Estos jóvenes no solo se limitan a escuchar música, sino que participan activamente en el ecosistema de la música independiente. Muchos de estos consumidores reconocen el valor artístico de la música y están dispuestos a experimentar nuevos géneros y a pagar por contenido musical y productos relacionados.

6.2.2. Las motivaciones de los consumidores

Después de 2010, las motivaciones de los consumidores de la música independiente en China han cambiado y se han diversificado notablemente. Ya no solo se interesan por la música en sí, sino que también buscan satisfacer necesidades culturales, emocionales y sociales en varios niveles.

a) Apoyo a la música original

Con el crecimiento de la música independiente en China, su carácter contracultural ha disminuido y ha aumentado la tendencia hacia el entretenimiento (Luo, 2019:19). Los consumidores han pasado de una resistencia simple contra la cultura dominante a una mayor valoración del arte. Lo que inicialmente se veía como un símbolo de oposición a la industria musical comercial ha evolucionado hacia una fusión de arte y entretenimiento. En esta etapa, especialmente entre los más jóvenes, los consumidores están más dispuestos a apoyar a músicos creativos, viendo la música independiente

como una forma de alto valor cultural y artístico, disfrutando de su experiencia sensorial y emocional. El debilitamiento del carácter contracultural no significa que hayan abandonado el espíritu independiente, sino que ahora lo expresan a través del entretenimiento, donde la celebración se convierte en una forma contemporánea de resistencia (Luo, 2019:19). Esta motivación muestra que la música independiente hoy en día no es solo un arte auditivo, sino también un medio de expresión cultural.

b) Resonancia emocional

Las letras y el estilo de la música independiente están más alineados con la vida y las emociones de los jóvenes en China. La música independiente ofrece una forma de expresión distinta a la música comercial, lo que genera una resonancia emocional profunda. A menudo, las letras sinceras y profundas de la música independiente abordan temas como la búsqueda de identidad, las dudas propias de la juventud y la presión social, permitiendo que los oyentes expresen sus necesidades emocionales a través de la música. Esta conexión emocional se ha convertido en una de las principales razones por las que los consumidores eligen la música independiente. Para muchos jóvenes, no solo es una forma de arte, sino también un medio para liberar emociones, explorar su identidad y lidiar con las presiones sociales. El valor emocional impulsa este tipo de consumo basado en las emociones.

c) Identificación con la cultura alternativa

En un contexto donde la cultura dominante se ha vuelto cada vez más comercial, algunos consumidores prefieren usar la música independiente para conectar con personas afines y crear un sentido de pertenencia a un grupo cultural específico. Los seguidores de la música independiente suelen compartir valores y gustos estéticos similares, y a través de esta música, buscan un espacio cultural que se oponga a la cultura de masas. Esta identificación no solo se refleja en el aprecio por la música, sino también en la participación en festivales o la compra de álbumes, fortaleciendo el sentido de pertenencia a una cultura alternativa. De este modo, la música independiente se convierte en una vía importante para expresar la individualidad y la

diferencia. Los consumidores eligen y apoyan esta música como una manera de mostrar su identidad cultural única.

d) Expresión de la individualidad

En el contexto de la globalización, el consumo personalizado se ha convertido en una característica clave entre los jóvenes. Los consumidores de música independiente en China suelen elegir géneros específicos para expresar su propio gusto y personalidad. Gracias a su independencia creativa y la diversidad de su contenido, la música independiente ofrece una alternativa clara frente a la música comercial. A través de ella, los oyentes pueden expresar sus emociones y manifestar su individualidad, convirtiendo la música en un medio para comunicar sus opiniones y actitudes hacia la vida. En la sociedad moderna, especialmente ante la creciente homogeneización de la cultura dominante, optar por la música independiente es una forma activa de buscar una expresión personal. Los jóvenes la utilizan para mostrar una actitud y un estilo de vida que los distingue de los demás.

e) Sentido de participación social

El desarrollo de las redes sociales y las plataformas de Internet ha abierto nuevos canales para la difusión de la música independiente, lo que permite que los consumidores no sean solo oyentes pasivos, sino también participantes activos y creadores. Los jóvenes aficionados a la música independiente suelen participar en redes sociales, discutiendo, compartiendo y promoviendo música, lo que refuerza su sentido de participación en la cultura musical. No solo consumen música, sino que también se convierten en difusores, comentando, recomendando y creando videos, llegando incluso a recrear contenidos musicales. Esta interacción social otorga a la música independiente un significado cultural más profundo, convirtiéndola en una herramienta clave para comunicarse y crear vínculos dentro de su comunidad.

f) Consumo enfocado en el entretenimiento

Con la creciente importancia de los nacidos en los 90 y la Generación Z como principales consumidores de entretenimiento, las motivaciones para consumir música

independiente han comenzado a centrarse más en la experiencia en vivo y en formas de entretenimiento emocional (Zha, 2018: 8). La música ya no es solo una experiencia auditiva, sino que está estrechamente vinculada a lo visual, lo social y el entretenimiento. Los conciertos en vivo, festivales de música y otros eventos ofrecen experiencias de entretenimiento enriquecedoras para los jóvenes, donde la sensación de inmersión y participación es clave para atraerlos. Además, con la popularidad de las plataformas de videos cortos, la música independiente ha ganado aún más fuerza en esta tendencia de consumo. A través de estas plataformas, la música independiente llega a un público más amplio y se convierte no solo en una expresión artística, sino también en una parte esencial del entretenimiento y la interacción social, satisfaciendo las necesidades de entretenimiento multifacético de los jóvenes consumidores.

En resumen, después de 2010, las motivaciones de los consumidores de música independiente en China incluyen desde la búsqueda de valor artístico y la expresión emocional hasta la identificación con culturas de nicho y la manifestación de la individualidad. Con el auge de las redes sociales y las plataformas de videos cortos, la difusión y el consumo de la música independiente han evolucionado hacia una experiencia más interactiva y centrada en el entretenimiento. Las motivaciones de los consumidores han pasado de ser una simple resistencia cultural a una combinación de entretenimiento, interacción social y expresión personal. Estas motivaciones constituyen el núcleo del comportamiento de los consumidores de música independiente en la China actual.

6.2.3. Los comportamientos y patrones de consumo

El comportamiento y los patrones de consumo de los consumidores de la música independiente en China después de 2010 presentan características de consumo activo, digitalización, interactividad y diversidad. Los consumidores establecen una conexión con la subcultura a la que se identifican a través de un comportamiento de consumo activo, participando en la cultura musical (Luo, 2019: 42). Este fenómeno está estrechamente relacionado con la rápida evolución de la estructura de consumo

musical en China y con la búsqueda de necesidades culturales y espirituales, donde el consumo experiencial y de disfrute se ha convertido en la norma (Zha, 2018: 8).

a) Canales online

Con el auge de plataformas de *streaming* como Xiami Music y NetEase Cloud Music, el consumo de música independiente ha ido desplazándose gradualmente al ámbito digital. Los consumidores ahora suelen descubrir y escuchar música independiente a través de estas plataformas, utilizando funciones como comentarios, recomendaciones y listas de reproducción para interactuar con otros oyentes. Esta tendencia no solo ha transformado la forma tradicional de consumir música, sino que también ha potenciado la sociabilidad en la música, enriqueciendo y diversificando la experiencia del usuario. En NetEase Cloud Music, el 89% de los usuarios pertenece a la generación de los 90, mientras que el 54.7% corresponde a los nacidos en los 95 (Kong, Wu, Jiang, Cao, 2021: 1, 8), lo que muestra el gran interés que los consumidores jóvenes tienen por la música independiente.

En cuanto a las características sociales de la plataforma, NetEase Cloud Music ofrece funciones como la sección de comentarios, “pueblo en nube (en chino: 云村)” y estaciones de radio, que permiten a los usuarios no solo ser oyentes pasivos, sino también convertirse en participantes activos y creadores de contenido. Según los datos de NetEase Cloud Music, en febrero de 2021, más del 48% de los usuarios visitaron la sección de comentarios durante su uso. En diciembre de 2020, el 25% de los usuarios activos mensuales participaron en diversas formas de creación de contenido generado por usuarios (UGC), incluyendo listas de reproducción de usuarios, comentarios, Mlogs y videos musicales de creación secundaria (Kong, Wu, Jiang, Cao, 2021: 3, 6). Hasta septiembre de 2024, los 8400 listas de reproducción de *rock*, *punk*, *folk*, *rap* y electrónica en chino creadas por los usuarios contienen cerca de 1,37 millones de canciones, con más de 10,29 mil millones de reproducciones, más de 580.000 comentarios y cerca de 1,86 millones de reenvíos²²⁹. Los comentarios de canciones de

²²⁹ Los datos sobre las listas de reproducción provienen de la API pública de NetEase Cloud Music, obtenidos de acuerdo con un programador utilizando la biblioteca *requests* de Python. Los datos recopilados abarcan

música independiente están conectados con las obras, los autores y las experiencias de los usuarios en las presentaciones en vivo. Estos datos no solo reflejan la popularidad de la música independiente, sino que también muestran el entusiasmo de los consumidores por interactuar y participar en las plataformas digitales.



Figura 52 Parte de los 187 mil comentarios de la canción “Matar al de Shijiazhuang” de Omnipotent Youth Society generados por los usuarios (Fuente: La APP móvil de NetEase Cloud Music²³⁰)

información de listas de reproducción de géneros como rock, punk, folk, rap y electrónica, e incluyen campos como *playlist_name*, *playlist_id*, *comment_count*, *share_count*, *subscribed_count*, *categories*, *play_count* y *track_count*. La recolección de los datos se llevó a cabo en septiembre de 2024.

Tras la obtención de los datos, este programador realizó una limpieza y agregación adicional empleando la biblioteca *pandas*. El conjunto de datos procesado se centró principalmente en las listas de reproducción de música en chino dentro de estos géneros, e incluyó los campos *playlist_id*, *play_count*, *comment_count*, *share_count*, *subscribed_count* y *track_count*. Los datos seleccionados corresponden al total de estas listas de reproducción de música en chino.

²³⁰ Fecha de captura: 11 de diciembre de 2024.



Figura 53 El “Pueblo en nube” de NetEase Cloud Music
(Fuente: La APP móvil de NetEase Cloud Music²³¹)

Además, las plataformas de videos cortos como Douyin se han convertido en un importante campo para la difusión de la música independiente, donde los consumidores descubren nueva música a través de la música de fondo en videos cortos y desafíos musicales. Su nivel de participación sigue aumentando. A través de comentarios, reenvíos y la creación de contenido UGC en videos cortos, los consumidores participan activamente en la difusión de la música, lo que permite que la música independiente se difunda y acepte de manera más amplia, creando un ciclo positivo.



Figura 54 En el desafío del Rey de la Canción de Douyin 2024, el participante número 37 canta “La Canción de las Habilidades Asombrosas” de Chen Li.
(Fuente: Douyin²³²)

²³¹ Fecha de captura: 24 de octubre de 2024.

²³² Fecha de captura: 25 de octubre de 2024.

b) Pago en plataformas de streaming y compra de álbumes digitales

Con el creciente nivel de aceptación de las plataformas de *streaming* entre los consumidores, en China se ha consolidado el hábito de pago por música digital. Los usuarios ahora prefieren consumir mediante la suscripción en las plataformas de *streaming* y la compra de álbumes digitales, reflejando una tendencia establecida en el mercado²³³. Según el informe financiero de NetEase Cloud Music de 2023, para finales de ese año, el número de usuarios que pagaban mensualmente alcanzó los 44,12 millones, con 206 millones de usuarios activos al mes, y la tasa de pago por música en línea llegó al 21,4%²³⁴. Estos datos muestran que un número creciente de consumidores está dispuesto a pagar por la música que les gusta, reflejando el potencial de mercado de la música independiente.

Hasta septiembre de 2024, entre los músicos independientes seleccionados para este estudio, cuatro han superado las 100.000 copias vendidas de sus álbumes en NetEase Cloud Music: Omnipotent Youth Society, New Pants, Pu Shu y Chen Li, siendo Omnipotent Youth Society el líder destacado. Aunque solo tienen tres álbumes digitales, sus ventas totales han superado el millón de copias²³⁵. Este fenómeno subraya el fuerte apoyo de los consumidores hacia ciertos artistas independientes, lo que sugiere que los consumidores de música digital han desarrollado una gran lealtad hacia estos artistas.

²³³ Fuente de referencia: El artículo “2018 年中国数字音乐消费研究报告” (traducción propia al español: *Informe de investigación sobre el consumo de música digital en China 2018*) publicado en Jiemian por 艾瑞咨询 (iResearch), el 22 de febrero de 2018. Enlace: <https://m.jiemian.com/article/1950073.html>

²³⁴ Los datos provienen del artículo “网易云音乐 2023 年财报解读：首次全年扭亏为盈后，还能向哪里要增长？” (traducción propia al español: *Análisis del informe financiero 2023 de NetEase Cloud Music: ¿A dónde buscar crecimiento tras obtener ganancias anuales por primera vez?*) publicado en 36kr, escrito por 音乐先声, el 2 de marzo de 2024. Enlace: <https://36kr.com/p/2671197307565827>

²³⁵ Los datos provienen de la API pública de NetEase Cloud Music y fueron extraídos por un programador utilizando la biblioteca *requests* de Python. Los datos recopilados incluyen información sobre los álbumes y las ventas de álbumes de 43 músicos con cuenta en NetEase Cloud Music, seleccionados para este estudio. Entre los campos incluidos están: *artist_id*, *artist_name*, *total_album_sales*, *mv_count*, *track_count*, *album_count*, entre otros. La extracción de datos se realizó en septiembre de 2024.



Figura 55 Los tres álbumes digitales de Omnipotent Youth Society en NetEase Cloud Music
(Fuente: NetEase Cloud Music²³⁶)

c) Canales offline

A diferencia de los usuarios mayores, que prefieren bares o pequeños conciertos, los consumidores nacidos en los 90 y la generación Z tienen un ritmo de vida más acelerado y exigen una mayor frecuencia y calidad en las experiencias en vivo. Estos jóvenes son grandes aficionados a festivales como el *Strawberry Music Festival* y el *Simple Life Festival*, que se han convertido en formas clave de consumo para los seguidores de la música independiente. Las actuaciones en vivo y la participación en festivales se han integrado en su estilo de vida, formando parte de sus actividades sociales habituales. El *Strawberry Music Festival* ha fomentado el consumo de la subcultura musical y productos asociados a las marcas, mientras que el *Simple Life*

²³⁶ Fecha de captura: 25 de octubre de 2024.

Festival se caracteriza por destacar la alta calidad, la originalidad, lo alternativo y el concepto de “vida lenta”, lo que ha impulsado el consumo de productos culturales y creativos relacionados (Luo, 2019: 40, 41).



Figura 56 *Shanghai Simple Life Festival 2023*
(Fuente: StreetVoice²³⁷)

Además, los consumidores utilizan las redes sociales para documentar y compartir estas experiencias presenciales, lo que hace que sus vivencias en festivales no sean algo aislado, sino que formen parte de la interacción con amigos y comunidades más amplias. Este tipo de interacción en redes sociales añade un valor social adicional a su participación, potenciando la difusión de la experiencia y generando un mayor sentido de pertenencia colectiva.

d) Economía de los fans

Los consumidores actuales tienden a involucrarse directamente en el proceso de producción de la música independiente, estableciendo una relación más cercana entre

²³⁷ La imagen proviene del artículo “Simple Life, City Vibe: 简单生活节 2023 旗舰版回归上海” (traducción propia al español: Simple Life, City Vibe: Regresa a Shanghai la edición insignia del Festival Simple Life 2023) publicado en StreetVoice por Simple Life, el 23 de agosto de 2023. Enlace: <http://simplelife.streetvoice.cn/post/20230823/001/>

los *fans* y los músicos. Esta relación no solo se manifiesta en sus hábitos de consumo, sino que también se fortalece a través de la interacción en redes sociales. Muchos *fans* de la música independiente están dispuestos a pagar por contenido original, apoyando a los músicos mediante seguimientos, donaciones o la compra de sus productos (Kong, Wu, Jiang, Cao, 2021: 8). Esta interacción no solo refuerza el vínculo entre los consumidores y los músicos, sino que también favorece el crecimiento de la música independiente, generando un ecosistema de economía de *fans* más dinámico y sostenible.

En conclusión, desde 2010, los comportamientos y patrones de consumo de los seguidores de la música independiente en China se han caracterizado por un consumo activo, reflejando una participación profunda en este tipo de música. A través de diversos canales, tanto online como presenciales, los consumidores se involucran de manera activa en la difusión y el disfrute de la música, mostrando una fuerte preferencia por la personalización, la interacción social y las experiencias en vivo. Su manera de consumir no solo ha impulsado el crecimiento de la música independiente, sino que también ha transformado, en cierta medida, el panorama general del consumo musical en China.

6.2.4. Las preferencias y tendencias de los consumidores

Después de 2010, las preferencias de consumo de los aficionados a la música independiente en China han mostrado una clara tendencia hacia la diversificación y personalización. En términos de estilos musicales, el *rock* y el *folk* continúan siendo populares, mientras que nuevos géneros como la música electrónica, el *post-rock* y el *rap* han ido ganando terreno y se han convertido en favoritos entre el público. Según el *Informe de investigación sobre el consumo de música digital en China 2018* de iResearch, los consumidores de música digital prefieren especialmente estilos como la música electrónica, el *jazz*, el *R&B* y el *hip-hop/rap*, los cuales se han convertido en importantes representantes de la cultura de tendencias²³⁸.

²³⁸ Véase la nota al pie número 233.

En cuanto a las tendencias de consumo, el consumo digital se ha consolidado como la norma, y la interacción en línea se ha vuelto cada vez más frecuente. Compartir y reenviar música, así como comentar y dar “me gusta”, son las principales formas de interacción²³⁹. El consumo de música independiente se ha vuelto más social y visual, con plataformas de video corto liderando la exploración y difusión musical. Los consumidores participan activamente a través de diversas formas de interacción, lo que enriquece sus experiencias sociales y de entretenimiento. Además, tienen altas expectativas respecto a la calidad del contenido musical, y su pasión por la música independiente se extiende a la dimensión social de esta. Con un fuerte deseo de expresarse, buscan innovación y tendencias²⁴⁰, participando activamente en debates y actividades en comunidades en línea, lo que refleja su búsqueda de contenido de alta calidad y conexiones emocionales.

6.3. El resumen de la evolución del consumo de música independiente en China

La evolución del consumo de música independiente en China ha sido un proceso dinámico y transformador, que se puede dividir en dos periodos clave: de 1995 a 2010 y desde 2010 hasta la actualidad. En cada uno de estos periodos, las motivaciones, preferencias y comportamientos de los consumidores han cambiado en respuesta a las condiciones sociales, culturales y tecnológicas.

Entre 1995 y 2010, el consumo de música independiente estuvo marcado por el surgimiento de una cultura *underground* que atrajo a un grupo específico de consumidores, predominantemente jóvenes nacidos en las décadas de 1970 y 1980. Estos oyentes eran apasionados y buscaban autenticidad y autoexpresión en un contexto social en rápida transformación. Aunque pertenecían a la élite urbana con un alto nivel educativo, comenzaron a distanciarse de las tendencias elitistas en el consumo musical, especialmente en ciudades con una vida cultural vibrante como Beijing y Shanghái. Estos consumidores encontraron en la música independiente una respuesta a la comercialización excesiva de la música pop, que consideraban

²³⁹ Véase la nota al pie número 236.

²⁴⁰ Véase la nota al pie número 236.

homogénea y poco creativa. El espíritu DIY (hazlo tú mismo) de la música independiente les permitió expresar su individualidad y reflexionar sobre el orden social. Además, se conectaron con corrientes musicales globales como el *rock*, el *folk* y el *punk*, utilizando la música como una plataforma para abordar temas sociales y emocionales que resonaban con sus propias experiencias.

Durante estos años, los conciertos en vivo se convirtieron en un medio crucial de consumo. Los locales *underground* ofrecieron espacios donde los consumidores podían disfrutar de la energía creativa de los músicos. A pesar del desarrollo de Internet, muchos aún valoraban la compra de discos físicos como un acto de apoyo a los artistas. Las preferencias musicales de esta época estaban dominadas por el *rock*, el *folk* y el *punk*, lo que reflejaba una rica diversidad cultural en el ámbito musical independiente.

A partir de 2010, el panorama del consumo de música independiente se transformó significativamente. Los jóvenes de entre 15 y 35 años, especialmente aquellos nacidos en los años 80 y 90 y la Generación Z, se convirtieron en los principales consumidores. Este grupo no solo está compuesto por urbanitas de ingresos relativamente altos, sino que también ha comenzado a incluir a jóvenes de pequeñas ciudades y zonas rurales, ampliando así el alcance del consumo musical. Estos consumidores participan activamente en la creación y difusión de música a través de plataformas digitales como NetEase Cloud Music y Douyin.

Las motivaciones para consumir música independiente han evolucionado; los consumidores valoran el apoyo a la música original, viéndola como una forma de fortalecer la cultura alternativa y la autenticidad. La música independiente ahora conecta con las vivencias y emociones de los jóvenes, abordando temas relevantes como la identidad y la crítica social. También se ha desarrollado un fuerte sentido de pertenencia a grupos culturales específicos, con la música sirviendo como una forma de expresión de individualidad.

Los patrones de consumo han cambiado hacia una experiencia más activa y digitalizada. Las plataformas digitales permiten a los consumidores descubrir y compartir música, participando en la creación de contenido generado por usuarios. La asistencia a festivales de música se ha vuelto esencial, integrándose en la vida social de los jóvenes. Además, ha surgido un hábito de pago por música digital, reflejando un creciente apoyo a los artistas independientes. Las preferencias musicales se han diversificado, con un notable aumento en la popularidad de géneros como la música electrónica, el *post-rock* y el *rap*, complementando los géneros tradicionales como el *rock* y el *folk*. La música se consume de manera social y visual, con un fuerte enfoque en la calidad del contenido.

La evolución del consumo de música independiente en China, desde 1995 hasta la actualidad, ha reflejado un cambio significativo en las dinámicas culturales y sociales del país. Desde una cultura *underground* centrada en la autenticidad hasta un fenómeno digitalizado que involucra activamente a los jóvenes, este viaje ha fomentado una rica comunidad de apoyo a los artistas independientes y ha diversificado el paisaje musical en China. Esta transformación no solo ha enriquecido la oferta musical, sino que también ha solidificado la música independiente como una parte esencial de la cultura juvenil contemporánea en el país.

Parte III. Conclusiones

Capítulo 7. Conclusiones

7.1. Principales hallazgos y conclusiones

El presente estudio analiza la evolución de la música independiente en China continental, prestando especial atención al contexto social, los avances tecnológicos y las transformaciones en los modelos de creación, producción, distribución y consumo a lo largo de diferentes periodos históricos. A partir de este análisis, se han validado las siguientes hipótesis y se han extraído las correspondientes conclusiones:

Hipótesis 1:

Los cambios en los modelos de producción, distribución y consumo de la música independiente en China continental derivan de las diferencias de identidad generacional y reflejan las transformaciones en la estructura social.

Esta hipótesis ha sido significativamente confirmada. Con el proceso de modernización y el rápido desarrollo económico de la sociedad china, especialmente impulsados por las reformas orientadas al mercado y la globalización, los modelos de producción, distribución y consumo musical han experimentado transformaciones profundas. Estas transformaciones están intrínsecamente relacionadas con las diferencias de identidad generacional.

Por ejemplo, en los años 90, durante las primeras etapas de la música independiente en China, la audiencia estaba constituida principalmente por élites culturales y estudiantes universitarios. El contenido de las obras reflejaba, en gran medida, críticas a la realidad social y una intensa autoexpresión. Con el auge de Internet en el siglo XXI, los temas se diversificaron, abordando cuestiones como la marginalidad y las experiencias de jóvenes urbanos, mostrando cómo las diferencias generacionales y los cambios sociales influyen directamente en la creación musical. En este periodo, y particularmente gracias al desarrollo de las redes sociales, la audiencia de la música

independiente se ha ampliado para abarcar grupos más diversos, como jóvenes urbanos y trabajadores asalariados.

El factor clave de este proceso radica en la evolución de los roles sociales. Las diferencias generacionales han llevado a los jóvenes a buscar y definir su identidad social a través de su participación en la creación, producción, difusión y consumo de música independiente. Esta dinámica generacional ha impulsado cambios en los estilos de creación, los temas abordados y los canales de distribución, favoreciendo así el desarrollo integral de la música independiente en China.

Hipótesis 2:

Las nuevas plataformas de medios ofrecen más oportunidades y conveniencia para que los creadores de música independiente puedan promocionar sus obras, y también proporcionan un camino más fácil y conveniente para que los jóvenes descubran y consuman música independiente.

Esta hipótesis también ha sido ampliamente confirmada. Con el rápido desarrollo de plataformas de redes sociales (como Douban, Weibo y WeChat) y plataformas de música digital (como NetEase Cloud Music, Douyin y Kuaishou), la difusión de la música independiente ha mejorado notablemente. Estas plataformas ofrecen a los creadores de música herramientas más directas y accesibles para llegar a su audiencia, además de permitirles recopilar retroalimentación en tiempo real, lo que contribuye a aumentar la popularidad de sus obras.

A través de estas plataformas, los creadores pueden evitar los canales tradicionales de distribución musical y conectar directamente con su público objetivo, especialmente los jóvenes. Además, las redes sociales no solo permiten a los creadores publicar sus obras, sino también interactuar con su audiencia y establecer vínculos más estrechos. Esta interacción trasciende el ámbito de las obras musicales y se extiende al estilo de vida, las actitudes y las ideas de los propios creadores. Por su parte, los oyentes

pueden participar activamente mediante comentarios, “me gusta” y la difusión de contenidos.

En consecuencia, las nuevas plataformas no solo han transformado los mecanismos de difusión de la música independiente, sino que también han favorecido relaciones más interactivas y dinámicas entre creadores y audiencia, lo que ha acelerado aún más la popularización y aceptación de este género musical.

Hipótesis 3:

La música independiente de China continental ha pasado gradualmente de lo alternativo a lo popular, gracias a los cambios que han ocurrido en todo el entorno social, incluyendo aspectos culturales, económicos y mediáticos.

Esta hipótesis ha sido sólidamente respaldada. En sus inicios, la música independiente en China se caracterizaba por sus rasgos propios de una cultura subterránea, especialmente en los años 90, con géneros como el *rock* y las canciones *folk* del campus universitario, que solían asociarse con la cultura de élite y la rebeldía social. Sin embargo, con el rápido desarrollo de la sociedad china, y en particular con el fortalecimiento del efecto de concentración cultural en las grandes ciudades, la música independiente ha pasado gradualmente de ser un fenómeno “*underground*” a formar parte del ámbito “*mainstream*”, ampliando así su audiencia y su mercado.

En ciudades como Beijing y Shanghái, la expansión de la educación superior y la influencia de culturas extranjeras han permitido que la música independiente alcance a un público joven más diverso. Muchas obras de música independiente han comenzado a comercializarse y a popularizarse, perdiendo así su etiqueta inicial de “alternativa”.

Además, la globalización ha traído influencias de estilos musicales extranjeros, como el *rock*, la electrónica y el *rap*, lo que ha fomentado una mayor diversidad en la creación musical local. Este cambio no solo se refleja en los estilos musicales, sino también en los patrones de consumo.

En este proceso, se observa una diferenciación temporal en la pérdida del carácter elitista entre los creadores y los consumidores de música independiente. Entre 1995 y 2010, aunque la mayoría de los consumidores continuaban siendo personas con un alto nivel de educación pertenecientes a la élite urbana, los creadores ya habían comenzado a perder su carácter elitista. Sin embargo, a partir de 2010, esta transformación alcanzó también a los consumidores, quienes empezaron a diversificarse, alejándose de los rasgos distintivos de la élite cultural.

Las plataformas digitales y las redes sociales han permitido que las obras de música independiente se difundan a mayor escala, favoreciendo una mayor aceptación y resonancia entre creadores y oyentes. Al mismo tiempo, las características descentralizadas de estas plataformas han potenciado la personalización y diversidad en la creación y el consumo musical.

Gracias a algoritmos de recomendación personalizada, los oyentes pueden elegir música según sus preferencias, lo que refuerza la diversidad y singularidad de la música independiente. Esto no solo ha atraído a una audiencia más amplia, sino que también ha acelerado su transición de un fenómeno de nicho a uno de alcance masivo.

A partir de la validación de las hipótesis presentadas, este estudio revela el complejo proceso de transformación de la música independiente en China continental. En primer lugar, las diferencias generacionales han impulsado cambios en los modelos de creación, producción, distribución y consumo musical. En segundo lugar, las nuevas plataformas digitales y las redes sociales han proporcionado canales de difusión más accesibles y efectivos, lo que ha contribuido significativamente a la popularización de la música independiente.

Por último, los cambios en los entornos sociales, culturales y económicos han facilitado que la música independiente pase de ser una subcultura a convertirse en parte del ámbito *mainstream*, con transformaciones notables en los estilos musicales y los grupos de audiencia. Este cambio se ha visto especialmente influido por la globalización y el efecto de concentración cultural en las grandes ciudades. Además,

las características descentralizadas de las plataformas digitales han impulsado una mayor personalización y diversidad en la creación y el consumo musical.

Estos hallazgos no solo aportan nuevas perspectivas para comprender la evolución de la música independiente en China, sino que también ofrecen referencias valiosas para creadores, agentes de la industria y responsables políticos, especialmente en lo relativo al uso de plataformas digitales para la creación y difusión de música. Estas exploraciones teóricas y prácticas pueden servir como base para el desarrollo futuro de la música independiente en el país.

7.2. Contribuciones de la investigación

La presente investigación aporta un enfoque novedoso al estudio de la música independiente en China, especialmente desde las perspectivas de la textualidad, los estudios de comunicación y la industria cultural. Este trabajo analiza la evolución de la música independiente desde su origen como una cultura *subterránea* hasta su integración en el ecosistema digital. Los hallazgos obtenidos no solo enriquecen las discusiones académicas en áreas como la textualidad, los estudios culturales, la comunicación y la industria cultural, sino que también ofrecen valiosas orientaciones para investigaciones interdisciplinarias. Además, el análisis realizado, desde múltiples dimensiones, proporciona contribuciones significativas tanto al ámbito académico como a la industria cultural y al tejido sociocultural.

Contribuciones académicas:

Desde una perspectiva interdisciplinaria que combina estudios culturales y comunicación, esta investigación aborda la formación y el desarrollo de la música independiente en China, rompiendo con los enfoques tradicionales limitados a un único marco disciplinario. El análisis detallado de las interacciones entre la industria musical, la industria cultural y los procesos de transformación social permite profundizar en la comprensión de su dinámica. En el contexto de la globalización y la localización, el estudio muestra cómo la música independiente china ha logrado posicionarse dentro del panorama global, preservando su independencia y capacidad

innovadora a lo largo del proceso de adaptación local. Estos aportes académicos amplían los marcos teóricos existentes y ofrecen nuevas perspectivas para futuras investigaciones.

Implicaciones prácticas:

En el ámbito práctico, este estudio aporta orientaciones clave para los creadores de música independiente, los agentes de la industria cultural y los consumidores de música en China. Para los creadores, los resultados de la investigación identifican tendencias del mercado, preferencias de los públicos y mecanismos de distribución en las plataformas digitales, facilitando la optimización de sus estrategias creativas y de difusión. Los profesionales de la industria cultural pueden aprovechar estos hallazgos para identificar y anticipar tendencias del mercado, promoviendo el desarrollo sostenible de la música independiente. Por su parte, los consumidores encuentran en este estudio una valoración del papel único de la música independiente en el consumo cultural, reforzando su comprensión sobre la música como una forma de expresión cultural y acción social.

En síntesis, esta investigación no solo abre nuevas líneas de estudio en el ámbito académico sobre la música independiente, sino que también ofrece perspectivas integrales que benefician tanto el desarrollo profesional de los creadores como las estrategias en la industria cultural. Así, constituye un aporte teórico y práctico fundamental para el desarrollo futuro de la música independiente en China.

7.3. Limitaciones del estudio

Aunque este estudio proporciona un análisis exhaustivo sobre el desarrollo de la música independiente en China, existen algunas limitaciones que deben señalarse:

Limitaciones geográficas:

La investigación se ha centrado principalmente en el desarrollo de la música independiente en ciudades grandes y medianas, dejando de lado otras regiones, especialmente las pequeñas ciudades y las zonas rurales. Las diferencias culturales,

los niveles de consumo y las preferencias musicales pueden variar considerablemente según la región. Por lo tanto, futuros estudios podrían incluir una muestra geográfica más amplia para analizar con mayor profundidad la música independiente en diferentes contextos regionales de China.

Limitaciones en la recopilación de datos:

Este estudio se basa fundamentalmente en el análisis de literatura y datos secundarios, careciendo de un enfoque basado en encuestas o entrevistas directas con los creadores y consumidores de música independiente. Para abordar esta limitación, futuras investigaciones podrían emplear métodos como trabajo de campo, entrevistas en profundidad y encuestas, con el objetivo de recopilar datos primarios que aporten un conocimiento más detallado sobre los procesos creativos de los músicos, los comportamientos de consumo y las motivaciones socioculturales subyacentes.

Limitaciones en la integración interdisciplinaria:

Aunque esta investigación aborda el tema desde diferentes perspectivas disciplinares, no explora en profundidad las implicaciones de la música independiente desde campos como la sociología y la psicología. Estudios futuros podrían ampliar el alcance interdisciplinario, incorporando teorías y métodos de áreas como la sociología y la psicología, para analizar de manera más integral el impacto de la música independiente en aspectos como la construcción de identidad individual, la pertenencia grupal y los fenómenos psicológicos y sociales asociados.

7.4. Sugerencias para futuras investigaciones

A partir de las limitaciones identificadas en este estudio y de las tendencias de desarrollo futuras, se proponen las siguientes líneas de investigación para profundizar en el conocimiento de la música independiente en China:

Estudio de los patrones de comportamiento y las necesidades de los consumidores

En la actualidad, las investigaciones académicas sobre la música independiente en China han prestado una atención limitada a los consumidores, centrándose principalmente en los creadores. Hasta la segunda mitad de la segunda década del siglo XXI, los análisis de los consumidores apenas comenzaban a aparecer en informes de investigación industrial elaborados por algunos *think tanks*. Por tanto, se trata de un ámbito con gran potencial para investigaciones a corto plazo.

Los estudios futuros deberían priorizar el análisis detallado del comportamiento y las necesidades de los consumidores de música independiente, especialmente en ciudades pequeñas y áreas rurales, donde los hábitos culturales y las preferencias musicales pueden diferir significativamente. Las metodologías propuestas incluyen:

Investigación de campo: Inmersión en escenarios como conciertos en vivo, ya sean presenciales u online, para observar y recopilar datos directamente del entorno.

Encuestas y entrevistas: Aplicadas de manera presencial o remota a los participantes de eventos musicales para entender sus motivaciones, preferencias y comportamientos.

Método de análisis de comportamiento basado en datos en línea: Este enfoque combina análisis cuantitativo con herramientas tecnológicas para examinar datos de usuarios en plataformas digitales. Mediante técnicas de minería de datos y análisis estadístico, se podría proporcionar un soporte empírico sólido para comprender los patrones de consumo y tomar decisiones informadas sobre estrategias de distribución y promoción.

Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo de la música independiente

El auge de las plataformas digitales y las redes sociales ha transformado significativamente las formas de difusión de la música independiente y su relación con las audiencias. Las investigaciones futuras podrían enfocarse en evaluar el papel de estas plataformas (como NetEase Cloud Music y Douyin) en la promoción y

distribución de la música independiente, explorando cómo los algoritmos, los sistemas de recomendación y las funciones interactivas influyen en los hábitos de consumo musical. Además, se podría analizar cómo estas plataformas reconfiguran las dinámicas entre los creadores y los consumidores en el ecosistema de la industria musical.

Interacción entre la industria musical y la industria cultural

El desarrollo de la música independiente no depende únicamente de los procesos creativos, sino que también está condicionado por políticas culturales, el entorno económico y las demandas sociales. Las futuras investigaciones podrían adoptar una perspectiva más amplia para explorar las interacciones entre la música independiente y la industria cultural, prestando atención a cómo las políticas públicas, la economía de mercado y las preferencias de los consumidores moldean conjuntamente el panorama de la música independiente. Asimismo, sería relevante investigar el equilibrio entre el valor económico de la música como producto cultural y su significado simbólico en los contextos sociales y culturales.

Estudios comparativos transculturales

En el marco de la globalización, la música independiente de China ha comenzado a adquirir mayor visibilidad en la esfera internacional. Es importante explorar sus características únicas y los puntos en común que comparte con otras tradiciones musicales. Las investigaciones futuras podrían adoptar una perspectiva comparativa para analizar las similitudes y diferencias entre la música independiente china y la de otros países o regiones, examinando su expresión cultural, estrategias de mercado y mecanismos de difusión global. Este enfoque permitiría comprender mejor la relevancia cultural de la música independiente china en el contexto de la globalización y evaluar su potencial e impacto en los mercados internacionales.

Explorar estas líneas de investigación permitirá desarrollar una comprensión más integral del papel de la música independiente en la era de la digitalización y la

globalización, aportando nuevas perspectivas teóricas y recomendaciones prácticas para los creadores y profesionales de la industria musical.

7.5. Perspectivas

La música independiente en China ha experimentado una notable transformación y desarrollo, desde sus inicios en el *rock* de la década de 1990, pasando por la revolución digital de principios del siglo XXI, hasta su diversificación en años recientes. Durante este proceso, los avances tecnológicos han impactado profundamente las formas de creación, producción y difusión de la música independiente. El auge de las plataformas digitales ha permitido que la música independiente supere las limitaciones del mercado tradicional, brindándole oportunidades sin precedentes, aunque también la enfrenta a desafíos tecnológicos y del mercado.

Como una parte esencial de la industria cultural, la música independiente no solo ha revitalizado el panorama musical, sino que también se ha convertido en un importante medio de expresión cultural y social para las generaciones más jóvenes. En el contexto de la interacción entre globalización y localización, la música independiente en China está consolidando su posición cultural única, enfrentando un entorno tecnológico y de mercado cada vez más complejo.

Mirando hacia el futuro, aunque la música independiente enfrentará una competencia cada vez más intensa y posibles monopolios de plataformas, los avances tecnológicos continuos, como la implementación de *blockchain* y la realidad virtual, abrirán nuevas posibilidades para su creación, difusión e interacción. Sea cual sea su evolución, la música independiente, como un fenómeno cultural significativo, continuará influyendo profundamente en la música, la cultura y la vida social tanto en China como a nivel global, con un futuro lleno de posibilidades ilimitadas.

Bibliografía

Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión de la República Popular China (2015): *Opiniones sobre la promoción del desarrollo de la industria musical en China (en chino: 关于大力推进我国音乐产业发展的若干意见)*. Enlace: https://www.cac.gov.cn/2015-12/05/c_1117366740.htm

ALBÓ, S.J., Xavier (2003): *Cultura, Interculturalidad, Inculturación*. Caracas. Federación Internacional de Fe y Alegría.

BAJOIT, Guy (2010): *El Cambio Sociocultural: Para comprender los cambios ocurridos en las sociedades industriales capitalistas occidentales a partir de la crisis de los años 1975-85*. Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México.

BigData-Research (2020): *Informe de investigación del mercado de música digital de China para el primer semestre de 2020 (en chino: 2020 上半年度中国数字音乐市场研究报告)*. Enlace: <http://www.bigdata-research.cn/content/202009/1100.html>. Fecha de referencia: 13 de agosto de 2024.

CHEN, Lixu (1999): *Desarrollo de la Cultura China desde la Reforma y Apertura (en chino: 改革开放以来的中国文化发展)*. Revista de la Escuela del Partido del Comité Central del PCCh, Número I, págs. 114-122.

CHEN, Lixu (2003): *Examen del desarrollo de las industrias culturales en la China contemporánea (en chino: 当代中国文化产业发展历程审视)*. Revista de la Escuela del Partido de Ningbo, Construcción Cultural, 2003 (3), págs. 48-53.

CHEN, Wei (2018): *Características y Análisis del Impacto Discursivo de la Cultura Popular en la China de la Nueva Era (en chino: 新时代中国大众文化的特征与话语影响分析)*. Teaching Reference of Middle School Politics, 2018, No. 10, págs. 31-34.

COLOMBO, Fausto (2018): *Reviewing the cultural industry: from creative industries to digital platforms*. *Communication & Society*, 31(4), págs. 135-146.

Comité Central del Partido Comunista de China, Consejo de Estado de la República Popular China (1992): *Decisión sobre la aceleración del desarrollo del sector terciario (en chino: 关于加快发展第三产业的决定)*. Enlace: https://www.sz.gov.cn/zfgb/1992/gb34/content/post_10056730.html

Comité de Trabajo de Música Digital de la Asociación China de Audio, Video y Publicación Digital (2023): *Informe sobre la Industria de la Música Digital en China (2022) (en chino: 中国数字音乐产业报告(2022))*.

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2014): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2014 (en chino: 2014 中国音乐产业发展报告)*.

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian) (2015): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2015 (en chino: 2015 中国音乐产业发展报告)*.

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2016): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2016 (en chino: 2016 中国音乐产业发展报告)*.

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa,

Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2017): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2017* (en chino: 2017 中国音乐产业发展报告).

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2018): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2018* (en chino: 2018 中国音乐产业发展报告).

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2019): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2019* (en chino: 2019 中国音乐产业发展报告).

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2020): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2020* (en chino: 2020 中国音乐产业发展报告).

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2022): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2022* (en chino: 2022 中国音乐产业发展报告).

Comité Nacional para la Promoción de la Industrias Musicales (edición y publicación), Universidad de Comunicación de China (redacción, liderada por el profesor Zhao Zhian), bajo la dirección de la Administración Nacional de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (2024): *Informe sobre el desarrollo de las industrias musicales en China 2024* (en chino: 2024 中国音乐产业发展报告).

Consejo de Estado de la República Popular China (2006): *Reglamento sobre la Protección del Derecho de Comunicación al Público a través de Redes de Información* (en chino: 信息网络传播权保护条例). Enlace: https://www.gov.cn/zwggk/2006-05/29/content_294000.htm

Consejo de Estado de la República Popular China (2009): *Plan de Revitalización de las Industrias Culturales* (en chino: 文化产业振兴规划). Enlace: https://www.gov.cn/jrzg/2009-09/26/content_1427394.htm

CORS, Marc Selgas (2015): *Crecimiento y cambio social en China ¿Cambio de valores?*. En: González García, E.; García Muñiz, A.; García Sansano, J. e Iglesias Villalobos, L. (Coords.). *Mundos emergentes: cambios, conflictos y expectativas*. Toledo: ACMS, págs. 511-522.

CUADRADO GARCÍA, Manuel y BERENGUER CONTRÍ, Gloria (2002): *El consume de servicios culturales*. Madrid. ESIC.

División de Finanzas del Ministerio de Cultura de la República Popular China, División de Estadísticas Sociales, Tecnológicas y de Industrias Culturales de la Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China (2013): *Análisis del desarrollo de las industrias culturales en China desde el 16º Congreso Nacional del Partido Comunista de China* (en chino: 十六大以来我国文化产业发展情况分析). Informe de análisis estadístico sobre el desarrollo de las industrias culturales, págs. 54-61.

DUAN, Siying (2011): *La música independiente de Shanghái y su valor cultural* (en chino: 上海的独立音乐及其文化价值). Shanghai Culture, Número 6 de 2011, págs. 71-77.

ECO, Umberto (1987): *Lector in fabula*. Barcelona. Lumen.

FAN, Zhou y YANG, Yu (2018): *El desarrollo y los logros de las industrias culturales en China en los cuarenta años de Reforma y Apertura* (en chino: 改革开放四十年中国文化产业发展历程与成就). Revista de la Universidad de Shandong (Edición de Ciencias Sociales y Filosofía), Volumen 4, págs. 30-43.

FANG, Hanqi, DING, Ganli, HUANG, Hu y XUE, Fei (2002): *Historia de la Comunicación y Prensa en China* (en chino: 中国新闻传播史). Beijing. Editorial de la Universidad del Pueblo de China.

FONAROW, Wendy (2006): *Empire of dirt: the aesthetics and rituals of British indie music*. Middletown. Wesleyan University Press.

FOUCAULT, Michel (2008): *El orden de discurso*. Barcelona. Tusquets Editores.

GONZÁLEZ MARTÍNEZ, Juan Miguel (2015): *Fundamentos de la Semiótica de la Música en De Re Poetica. Homenaje al profesor D. Manuel Martínez Arnaldos*, Murcia, Universidad de Murcia, págs. 383-401.

Grupo de Expertos Small Antlers (2024): *Informe de investigación sobre el desarrollo del mercado de festivales de música en China (2020-2024)* (en chino 2020-2024 年中国音乐节市场发展研究报告).

GUO, Xiaohan (2020): *Shasha Shengzhang: el folk chino contemporáneo* (en chino: 沙沙生长: 中国当代民谣走唱录). Versión en WeRead. Beijing. Beijing Daily Newspaper Publishing House.

HALL, Stuart (1992): *La cuestión de la identidad cultural*. Publicado como “The Question of Cultural Identity”. En: Stuart Hall, David Held y Tony McGrew

(eds.), *Modernity and Its Futures*. pp. 273-316. Cambridge: Polity Press.
Traducido por Alexandra Hibbett.

HESMONDHALGH, David (2019): *The Cultural Industries*. 4th ed. Los Angeles.
SAGE.

HUANG, Hailin (2020): *Investigación sobre la historia y la experiencia del desarrollo de las industrias culturales de China en el nuevo período (en chino: 新时期中国文化产业发展的历史与经验研究)*. Tesis Doctoral, Universidad de Xiangtan, China.

JORDAN, Tim (1999): *Cyberpower: the culture and politics of cyberspace and the Internet*. New York. Routledge.

KLEIN, Matthew C. y PETTIS, Michael (2020), *Trade wars are class wars*. Grand Rapids. Yale University Press / New Haven & London.

KONG, Rong, WU Li, JIANG, Menghan y CAO, Rui (2021): *NetEase Cloud Music: Una comunidad joven destaca oportunidades de crecimiento, “Yuncun” construye una barrera competitiva central (en chino: 网易云音乐: 年轻社区彰显成长机会, “云村” 构筑核心壁垒)*. Investigación temática del sector por Tianfeng Securities.

LACÁRCEL MORENO, Josefa (2003): *Psicología de la música y emoción musical*. *Educatio siglo XXI: Revista de la Facultad de Educación*, ISSN-e 1699-2105, N°. 20-21, 2003, págs. 213-226.

LAKOFF, G. y JOHNSON, M. (2012): *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid. Cátedra.

LI, Wan (2009): *Treinta años de rock chino (en chino: 中国摇滚三十年)*. Tianya, marzo de 2009, págs.162-169.

LI, Wei (2019): *La nueva sensibilidad estética que la música independiente aporta al cine contemporáneo (en chino: 论独立音乐为当代电影融入的审美新感)*. New Films, Número 3 de 2019, págs. 149-152.

LI, Yiming, JIANG, Ning y LIU, Shuai (2014): *Panorama del desarrollo de la música en China desde la fundación de la República Popular China (en chino: 新中国成立以来中国音乐发展概述)*. Art Science and Technology, Vol. 27, No. 7, págs. 8-9.

LIANG, Xiaodao (2007): *La composición de la cultura cinematográfica independiente y la práctica cultural urbana juvenil desde la década de 1990 en China continental (en chino: 中国大陆九十年代以来独立电影文化的构成与城市青年文化实践)*. TFM. Hongkong. Universidad de Lingnan.

LIU, Bei (2017): *Investigación sobre la Trayectoria del Reconocimiento de la Identidad Juvenil en la Comunicación de la Música Independiente China — Desde la Perspectiva de la Subcultura Juvenil (en chino: 亚文化视角下的青年身份认同路径研究——以中国独立音乐传播为例)*. TFM. Guangzhou. Universidad de Jinan.

LÓPEZ CANO, R. (2008): *Música y retórica. Encuentros y desencuentros de la música y el lenguaje*, Eufonía, Didáctica de la música 43 (Número especial sobre música y lenguaje), 2008, págs. 87-99.

LOTMAN, Iuri (1996): *La semiosfera I, Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid. Cátedra.

LUAN, Qinglin (2015): *Las dos generaciones de cultura, grupos y cambios de acción de rock en China (en chino: 中国两代摇滚文化、群体与行动变迁)*. Journal of Xinghai Conservatory of Music, Número 4 de 2015, págs. 26-38.

LUO, Qian (2019): *Estudio sobre la subcultura de la música independiente china (en chino: 中国独立音乐亚文化研究)*. TFM. Harbin. Universidad de Heilongjiang.

MALO GONZÁLEZ, Claudio (1996): *Arte y Cultura Popular*. Cuenca, Ecuador. CIDAP.

MCLUHAN, M. (1964): *Understanding media: The extensions of man*. New York. McGraw-Hill.

MEI, Shichang (2019): *Estudio sobre la música revolucionaria y la difusión del marxismo (en chino: 红色音乐与马克思主义大众化研究)*. Tesis doctoral. Universidad de Xiangtan.

Ministerio de Cultura de la República Popular de China (2006): *Varios dictámenes sobre el desarrollo y la gestión de la música en línea (en chino: 文化部关于网络音乐发展和管理的若干意见)*. Enlace:

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxzgkml/zcfg/gfxwj/202012/t20201204_906105.html.

Fecha de referencia: 22 de octubre de 2020.

Ministerio de Cultura de la República Popular de China (2012): *Plan de Duplicación de las Industrias Culturales durante el Duodécimo Plan Quinquenal (en chino: “十二五”时期文化产业倍增计划)*. Enlace:

https://www.gov.cn/gzdt/2012-02/29/content_2079205.htm

MORIN, Edgar (2009): *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona. Gedisa.

NEIRA, Hernán (2001): *Dinámica de la Identidad Cultural, Simposio Dinámicas Identitarias Territoriales*. Tomo II Actas del 4º Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G. Santiago de Chile. págs. 1288-1292.

Oficina Nacional de Estadísticas de la República Popular China (2018): *Clasificación de Industrias Culturales y Relacionadas (en chino: 文化及相关产业分类 (2018))*, Enlace:

https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2018-12/31/content_5427877.htm. Fecha

de referencia: 27 de mayo de 2024.

Oficina Nacional de Derechos de Autor de la República Popular de China (2015): *Notificación sobre la orden de cese para los proveedores de servicios de música en línea que distribuyen obras musicales sin autorización (en chino: 关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知)*. Enlace: <https://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/12228/346323.shtml>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2007): *Statistics on Cultural Industries: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*. Bangkok. UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education.

OUYANG, Youquan (2008): *Introducción a la literatura electrónica*. Beijing. Peking University Press.

PAYERAS GRAU, María (2011): *Silente música*. Lliburna 4, Noviembre 2011, págs. 271–276.

QU, Shuwen (2017): *Evolución del discurso y reconstrucción de la escena de la música indie china (en chino: 中国独立音乐的话语流变与场景重构)*. Estudios Culturales, Número 11 de 2017, págs. 113-126.

SCHÖNBERG, A. (2005): *El estilo y la idea*. Barcelona. Idea Books.

SHI, Donghui (2020): *Análisis estadístico del desarrollo de la industria cultural china (en chino: 中国文化产业发展的统计分析)*. Libro Azul de la Cultura: *Informe de Investigación sobre el Desarrollo Cultural de China (2017-2020) (en chino: 文化蓝皮书: 中国文化发展研究报告 (2017~2020))*, Beijing, Editorial de Literatura Científica y Social, págs. 17-28.

SIMANOWSKI, Roberto (2010): *Reading moving letters: digital literature in research and teaching. A handbook*. Bielefeld. Transcript.

STOREY, John (2017): *Theories of Consumption*. Oxon, New York. Routledge.

STOREY, John (2012): *Teoría cultural y cultura popular*. Segunda Edición. Barcelona. OCTAEDRO.

SU, Rong (2015): *Estudio sobre el modelo de negocio de los festivales de música en China* (en chino: 中国音乐节商业模式研究). TFM, Universidad de Hunan de China.

SUN, Weijia (2016): *Análisis del contenido central de las industrias musicales en China* (en chino: 浅析中国音乐产业的核心内容体现). Academic Exploration (02). págs. 135-140.

TAO, Mingdong (2008): *Las características de la cultura popular en las novelas de Wang Shuo y su significado* (en chino: 论王朔小说的大众文化特质及其意义). TFM, Universidad Normal del Noroeste de China.

VÁZQUEZ ROJO, Juan (2022): *Fortalezas y límites de la economía china en su inserción en el orden internacional*. SOCIOLOGÍA HISTÓRICA 12/2022, págs. 107-132.

WAN, Shiming (2006): *La construcción de una cultura socialista con características de China en la era de la globalización* (en chino: 全球化时代中国特色社会主义文化建设). Tesis doctoral. Wuhan. Universidad Normal Central de China.

WANG, Hansong (1997): *Conflictos culturales contemporáneos y corrientes de pensamiento en la cultura juvenil* (en chino: 当代文化冲突与青年文化思潮). Tesis doctoral. Tianjin. Universidad de Nankai.

WANG, Liyuanjie (2018): *Análisis y estudio del fenómeno de la música independiente en China* (en chino: 中国独立音乐现象分析与研究). TFM, Universidad de Artes de Yunnan, China.

WANG, Siqi (2015): *Pare II of the Review of Pop Music Development in Mainland China* (en chino: 独立厂牌、独立音乐与独立音乐人— 新世纪中国内地流行音乐发展回顾之二). Art of Singing, número 11 de 2015, págs. 28-32.

WU, Licai (2008): *Desarrollo sociocultural de China desde el inicio de la política de Reforma y Apertura, junto con sus características por etapas* (en

chino: 改革开放以来中国社会文化发展及其阶段性特征). Foro Agrario de Hunan y Hubei, Changsha, págs. 376-381.

XIANG, Xiaogang (2022): *Cuatro hitos históricos de la música pop en China desde el comienzo de la nueva era* (en chino: 新时期以来中国流行音乐的四个历史瞬间). Journal of the Northern Music, Número 3 de 2022, págs. 69-75.

XIONG, Jiangwu (2019): *Revisión y perspectiva de la industria de los medios de comunicación en el 70º aniversario de la fundación de la República Popular China*. (en chino: 新中国成立 70 周年我国传媒业的回顾与展望). North Media Research (04), págs. 22-27+53.

YAN, Jun (2006): *Cenizas al viento: una mirada personal al rock* (en chino: 灰飞烟灭: 一个人的摇滚观察). Guangzhou. Editorial Huacheng.

YU, Wujin (2007): *Conflictos internos y perspectivas de la cultura contemporánea en China* (en chino: 当代中国文化的内在冲突与出路). Journal of Zhejiang University (Humanities and Social Sciences), Julio 2007, Vol. 37, No. 4, págs. 6-13.

ZHA, Nan (2018): *Actuación en vivo, destacando de manera independiente. Informe de investigación sobre música independiente por 36Kr* (en chino: 现场演出, 独立卓然 36Kr-独立音乐研究报告). Instituto de Investigación de 36Kr.

ZHANG, Danjing (2012): *Freshness of the indie pop music community and urban youth in China*. Queensland University of Technology, Brisbane, Australia.

ZHANG, Qingyuan (2016): *Estudio sobre el desarrollo del rock chino en las décadas de 1980 y 1990* (en chino: 二十世纪八九十年代中国摇滚乐发展研究). Universidad Normal de Henan, Xinxiang, China.

ZHAO, Zhian & WANG, Honghuan (2022): *Connotación, Evolución Histórica y Trayectoria de Desarrollo de la Economía Musical China* (en chino: 我国音乐经济的内涵特征、历史演进与发展路径). Journal of Nanchang University, Agosto 2022, Vol. 53, No. 4, págs. 46-57.

Webgrafía

1. Enciclopedias en línea:

Abilu Music Awards (en chino: 阿比鹿音乐奖):

<https://baike.baidu.com/item/%E9%98%BF%E6%AF%94%E9%B9%BF%E9%9F%B3%E4%B9%90%E5%A5%96/4947827>

Arch Enemy:

https://es.wikipedia.org/wiki/Arch_Enemy

“Campaña de las Cien Flores”:

https://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a_de_las_Cien_Flores

Canciones Folk del Campus de Taiwán (en chino: 校园民歌):

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%A0%A1%E5%9C%92%E6%B0%91%E6%AD%8C>

Cui Jian (en chino: 崔健):

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%B4%94%E5%81%A5>

Cut-out cassettes:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Cut-out_\(recording_industry\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Cut-out_(recording_industry))

“Folk 2022” (en chino: 我们民谣 2022):

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%88%91%E5%80%91%E6%B0%91%E8%A02022>

Grupo de Grabaciones de China S.A.:

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%94%B1%E7%89%87%E9%9B%86%E5%9B%A2>

Lei Feng (18 de diciembre de 1940 - 15 de agosto de 1962):

https://es.wikipedia.org/wiki/Lei_Feng

Michael Pettis (nacido el 16 de junio de 1958):

https://en.wikipedia.org/wiki/Michael_Pettis

Pacific Audio y Video S.A.:

<https://baike.baidu.com/item/%E5%A4%AA%E5%B9%B3%E6%B4%8B%E5%BD%B1%E9%9F%B3%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8/58696589>

Primera Guerra del Opio:

https://es.wikipedia.org/wiki/Primera_Guerra_del_Opio

“Reforma y Apertura”:

<https://baike.baidu.com/item/%E6%94%B9%E9%9D%A9%E5%BC%80%E6%94%BE/886098>

“Revolución Cultural”:

<https://baike.baidu.com/item/%E6%97%A0%E4%BA%A7%E9%98%B6%E7%BA%A7%E6%96%87%E5%8C%96%E5%A4%A7%E9%9D%A9%E5%91%BD/615661>

Revolución de Xinhai:

https://es.wikipedia.org/wiki/Revoluci%C3%B3n_de_Xinhai

“Scissor Seven” (en chino: 刺客伍六七):

<https://www.netflix.com/es/title/81156880>

Scream Records (en chino: 嚎叫唱片):

<https://baike.baidu.com/item/%E5%9A%8E%E5%8F%AB%E5%94%B1%E7%89%87/699227>

Strawberry Music Festival:

<https://baike.baidu.com/item/%E8%8D%89%E8%8E%93%E9%9F%B3%E4%B9%90%E8%8A%82/4207069>

Te Tengo en Mi Vida (en chino: 一生有你):

<https://baike.baidu.com/pic/一生有你/19222341/0/a1ec08fa513d26975f66192c5dfbb2fb4316d80d?fr=lemma&ct=single-aid=0&pic=a1ec08fa513d26975f66192c5dfbb2fb4316d80d>

“The Rap of China” (en chino: 中国有嘻哈):

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%9C%89%E5%98%BB%E5%93%88/20733299>

“The Voice of China” (en chino: 中国好声音):

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%A5%BD%E5%A3%B0%E9%9F%B3>

https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%A5%BD%E5%A3%B0%E9%9F%B3%E7%AC%AC%E4%B8%80%E5%AD%A3/16843195?fromModule=lemma_inlink

Yi (en chino: 彝族):

<https://es.wikipedia.org/wiki/Yi>

Zhang Gasong (en chino: 张尕怂):

<https://baike.baidu.com/item/张尕怂/7492053>.

2. Páginas en español:

Canción “Nomadic” en YouTube:

https://www.youtube.com/watch?v=m9l3_6yNjrs

Canción “REFRESH” en YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=nL6aoNg6UHc>

“La música como lenguaje” (oC), 29/11/2013:

<https://lamusicavisual.wordpress.com/2013/11/29/la-musica-como-lenguaje/>

“El día que George Michael y Wham! conquistaron a China adelantándose a Queen y los Rolling Stones” (BBC Mundo), 26/12/2016:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-38435436>

3. Páginas en chino:

2018 年中国数字音乐消费研究报告 (traducción propia al español: *Informe de investigación sobre el consumo de música digital en China 2018*), 22/02/2018:

<https://m.jiemian.com/article/1950073.html>

2021 年溧阳迷笛音乐节: 来吧朋友们 该回家了 (traducción propia al español: *Midi Music Festival Liyang 2021: Vamos, amigos, es hora de regresar a casa*), 15 /06/2021:

https://www.douban.com/note/805317313/?_i=8832948ufrCanN

MAO Livehouse:

<http://mao-music.com/#/venue/list~region=~HISTORY=2>

Simple Life, City Vibe: 简单生活节 2023 旗舰版回归上海 (traducción propia al español: *Simple Life, City Vibe: Regresa a Shanghai la edición insignia del Festival Simple Life 2023*), 23/08/2023:

<http://simplelife.streetvoice.cn/post/20230823/001/>

阿珍爱上了阿强 (“A Zhen se enamoró de A Qiang”):

https://www.bilibili.com/bangumi/play/ep204779?from_spmid=united.player-video-detail.series.1&plat_id=480&share_from=ogv_new&share_medium=iphone&share_plat=ios&share_session_id=D9088D44-AC2E-4C66-BD68-A9B37F8D38AA&share_source=WEIXIN&share_tag=s_i&timestamp=1728905477&unique_k=mh5xRcz

八仙饭店：独立音乐是受众和创作者的双向选择 (traducción propia al español: *8 Immortals: La música independiente es una elección mutua entre el público y los creadores*), 05/09/2023:

<https://podcasts.apple.com/sg/podcast/94-%E5%85%AB%E4%BB%99%E9%A5%AD%E5%BA%97-%E7%8B%AC%E7%AB%8B%E9%9F%B3%E4%B9%90%E6%98%AF%E5%8F%97%E4%BC%97%E5%92%8C%E5%88%9B%E4%BD%9C%E8%80%85%E7%9A%84%E5%8F%8C%E5%90%91%E9%80%89%E6%8B%A9/id1557453933?i=1000626812613>

北儿京儿真儿摇儿滚儿 (traducción propia al español: *El rock auténtico de Beijing*), 25/09/2019:

<https://m.jiemian.com/article/3533602.html>

别问我为什么长大 (“Deja de preguntarme por qué crezco”):

<https://www.bilibili.com/video/BV1FZ4y1H72t/>

草莓、迷笛音乐节背后的盈利秘密 (traducción propia al español: *El secreto del éxito financiero detrás del Strawberry Music Festival y el Midi Music Festival*), 06 /05/2017:

https://www.sohu.com/a/138622132_694776

陈粒变了？ (traducción propia al español: *¿Chen Li ha cambiado?*), 21/05/2020:

https://www.sohu.com/a/396842731_659307

陈粒新数字专辑再创售卖纪录 网易云音乐贡献百万销售额 (traducción propia al español: *El nuevo álbum digital de Chen Li bate un nuevo récord de ventas, con NetEase Cloud Music aportando millones en ingresos*), 10/08/2016:

http://ent.chinadaily.com.cn/2016-08/10/content_26421805.htm

重返魔域 (“Regreso a Eudemons”):

<https://music.douban.com/subject/27169407/>

从头 (“Desde el principio”):

<https://www.bilibili.com/video/BV1tW41167UG/>

大福唱片 (D Force Music):

<https://m.douban.com/people/183311961/collection>

都说“演不起”,LiveHouse 真不赚钱? (traducción propia al español: *Se dice que "no pueden permitirse actuar", ¿es cierto que los LiveHouse no son rentables?*), 07/11/2023:

<https://36kr.com/p/2506888940601600>

独立音乐人在直播间: 会去往何处? (traducción propia al español: *La música independiente en las transmisiones en vivo: ¿hacia dónde va?*), 04/03/2020:

<https://36kr.com/p/1725197008897>

独立音乐商业化的势头会保持下去吗? 2021 独立音乐趋势展望 (三) (traducción propia al español: *¿Seguirá creciendo la comercialización de la música independiente? Tendencias de la música independiente en 2021 (III)*), 20/02/ de 2021:

<https://dashi.streetvoice.cn/article/20210220/001/>

方舟书店 (traducción propia al español: Librería Fangzhou), 29/04/2021:

https://www.douban.com/note/800598271/?_i=8669296ufrCanN

福声唱片的相册-中国摇滚 CD 唱片之台港澳制造 (traducción al español: *Álbum de Fusheng Records: CDs de Rock Chino fabricados en Taiwán, Hong Kong y Macao*), 28/08/2014:

<https://www.douban.com/photos/photo/2197812038/>

关于国内一些摇滚杂志 (traducción al español: *Sobre algunas revistas de rock en China*), 04/11/2008:

https://www.douban.com/group/topic/4554363/?_i=8747067ufrCanN

国内音乐厂牌 VOL.1 「兵马司唱片」：当我们谈论独立音乐的时候，我们在谈论什么？ (traducción propia al español: *Volumen 1 de sellos discográficos locales: "Maybe Mars": ¿De qué hablamos cuando hablamos de música independiente?*), 21/01/2022:

https://www.douban.com/note/824440029/?_i=3079517ufrCanN,3079596ufrCanN

嚎叫俱乐部与北京朋克的故事 吕玻 (traducción al español: *La historia del Scream Club y el punk de Beijing - Lyu Bo*), 16/12/2009:

https://www.douban.com/group/topic/9071805/?_i=2993253ufrCanN

红遍全球的 Higher Brothers 和他背后的缔造者 (traducción propia al español: *Los Higher Brothers, famosos en todo el mundo, y el creador detrás de su éxito*), 18/03/2019:

https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_3141764

后会无期 (“The Continent”):

<https://movie.douban.com/subject/25805741/>

金羊毛计划 (“Golden Fleece Plan” de Douban):

<https://music.douban.com/artists/royalty/#intro>

金羊毛计划：音乐人的冒险与尊严 (traducción propia al español: *El “Golden Fleece Plan”: La aventura y la dignidad de los músicos*), 16/09/2014:

<https://blog.douban.com/douban/2014/09/16/2919/>

快手召开音乐版权生态大会，首推直播间场景音乐版权结算标准 (traducción propia al español: *Kuaishou realizó una conferencia sobre la ecología de los derechos de autor de la música, donde presentó los estándares de liquidación de derechos de autor para la música en transmisiones en vivo*), 22/03/2021:

https://new.qq.com/rain/a/20210322A06HMP00?suid=&media_id=

摩登天空 (Modern Sky):

<https://www.modernsky.com/home/aboutus>

迷笛激荡三十年——一个时代的另类侧写 (traducción propia al español: *Treinta años de MIDI: un retrato alternativo de una era*):

<https://mp.weixin.qq.com/s/Ms4DkpIwmVQjGmzPBrUs4w>

那些年，摩登天空杂志吹过的牛逼…… (traducción propia al español: *En esos años, las exageraciones de la revista Modern Sky...*), 14/11/2016:

https://www.douban.com/note/591889981/?_i=8749089ufrCanN

那些年我们抢过的音乐杂志，今何在 (traducción propia al español: *¿Qué ha sido de las revistas de música que solíamos pelear por conseguir en aquellos años?*), 08/06/ 2018:

<https://mp.weixin.qq.com/s/ijAv0J0GwARFtPbD7emYUA>

朋克时代 (en español: *Era Punk*):

<https://music.douban.com/subject/3437382/>

盛世摇滚 (en español: *Rock en Auge*):

<https://music.douban.com/subject/1418423/>

树音乐 (Tree Music):

<http://www.treemusic.com.cn/index.php?s=/Abouts>

属于中国玩家的音乐节，‘游戏音乐嘉年华’即将到来 (traducción propia al español: *El festival de música para jugadores chinos, “Festival de Música de Videojuegos”, está por llegar*), 19/09/2024:

<https://finance.sina.com.cn/tech/roll/2024-09-20/doc-incptkpa6609605.shtml>

【特别策划】上海真文艺⑥ | 以前和现在、光鲜与压力，听 Live House 圈内人讲生存之道 (traducción propia al español: [Especial] La auténtica movida cultural de Shanghai (6) | Pasado y presente, glamour y presión: voces de los insiders de la escena Live House sobre cómo sobrevivir), 29/03/2024:

<https://www.shxwcb.com/1159147.html>

《通俗歌曲·摇滚》休刊，一本杂志的两次死亡和一百种声音 (traducción al español: La revista Canciones Populares · Rock cierra su publicación: dos muertes de una revista y cien voces diferentes), 11/01/2018:

https://m.thepaper.cn/kuaibao_detail.jsp?contid=1946703&from=kuaibao

万能青年旅店首度来新开唱 全程只说三句话 (traducción propia al español: La banda china Omnipotent Youth Society ofreció su primer concierto en Singapur, y durante todo el espectáculo solo dijeron tres frases), 12/03/2024:

<https://www.zaobao.com.sg/entertainment/story20240312-3144525>

网易云音乐 (NetEase Cloud Music):

<https://music.163.com/st/download>

网易云音乐 2023 年财报解读：首次全年扭亏为盈后，还能向哪里要增长？ (traducción propia al español: Análisis del informe financiero 2023 de NetEase Cloud Music: ¿A dónde buscar crecimiento tras obtener ganancias anuales por primera vez?), 02/03/2024:

<https://36kr.com/p/2671197307565827>

网易云音乐大改版分析与思考 (traducción propia al español: Análisis y reflexiones sobre la gran actualización de NetEase Cloud Music), 25/06/2024:

<https://new.qq.com/rain/a/20240625A05J0900>

网易云音乐启动“石头计划”称一年投入 2 亿扶持独立音乐人 (traducción propia al español: NetEase Cloud Music lanza el “Project Stone” y anuncia una

inversión de 200 millones de yuanes al año para apoyar a músicos independientes), 23/11/2016:

<https://tech.sina.cn/i/gn/2016-11-23/detail-iffxxwrwh4982097.d.html>

网易云音乐：万能青年旅店最新数字专辑销售总量破 30 万张，销售额已超 810 万元 (traducción propia al español: *El último álbum digital de Omnipotent Youth Society en NetEase Cloud Music ha superado las 300.000 copias vendidas, generando ingresos que ya superan los 8,1 millones de yuanes*), 25/12/2020:

<https://36kr.com/newsflashes/1025962039281415>

我们民谣 2022 (“Folk 2022”):

<https://images.app.goo.gl/Kq8C2EGY6eowLVRq7>

我们永远期待下一个夏天，2024 上海简单生活节圆满收官 (traducción al español: *A la espera del próximo verano: exitoso cierre del Shanghai Simple Life Festival 2024*), 09/09/2024:

<https://dashi.streetvoice.cn/article/20240909/001/>

无名之辈 (“A Cool Fish”):

<https://movie.douban.com/photos/photo/2534010965/>

五条人将赴北美巡演，顺路去耶鲁演讲 (traducción al español: *La banda Wu Tiao Ren hará una gira por América del Norte y, de paso, dará una conferencia en Yale*), 22/11/2023:

https://www.sohu.com/a/738161173_119778

夏洛特烦恼 (nombre en inglés: “Goodbye Mr. Loser”):

<https://movie.douban.com/subject/25964071/>

小鹿角智库 (Grupo de Expertos Small Antlers):

<https://news.qq.com/rain/a/20240320A07L3D00>

新豪运酒吧简介 (traducción propia al español: *Introducción al nuevo bar Haoyun*), 22/04/2008:

<https://ent.sina.cn/music/rock/2008-04-22/detail-icczmvun3598790.d.html?from=wap>

杨臣刚《老鼠爱大米》成为全年冠军金曲 (traducción al español: *La canción 'Los ratones aman el arroz' de Yang Chengang fue la canción más exitosa del año*), 02/01/2005:

<http://music.yule.sohu.com/20050102/n223755488.shtml>

疫情时期的长情告白：抖音沙发音乐会的暖心陪伴为“云娱乐”带来哪些启示？ (traducción al español: *Amor en tiempos de pandemia: lecciones del cálido acompañamiento de los Doulive Sofa Concert de Douyin para el "entretenimiento digital"*), 20/02/2020:

<https://news.qq.com/rain/a/20200220A0Q6XY00>

音乐跨界融合成产业发展新气象 (traducción al español: *La fusión interdisciplinaria de la música se convierte en una nueva tendencia en el desarrollo de la industria*), publicado en Guangmingwang, 17/11/2016:

https://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2016-11/17/nw.D110000gmrb_20161117_1-09.htm

音乐有聊 | 带你走进民谣组织-麻油叶 (traducción propia al español: *Música en conversación | Te invitamos a conocer la organización de música folk - Ma You Ye*), 11/07/2017: https://www.sohu.com/a/156314314_786495

音乐杂志挑战流行音乐埋头圈内难免曲高和寡 (traducción al español: *Las revistas musicales buscan desafiar el enfoque cerrado de la música pop, ya que este aislamiento suele llevar a que su sofisticación sea comprendida solo por unos pocos*), 17/05/2000:

<https://www.gmw.cn/01ds/2000-05/17/GB/2000%5E300%5E0%5EDS212.htm>

愚公移山 (Yugong Yishan):

<http://www.yugongyishan.com/guanyuwomen/>

https://www.sohu.com/a/300519086_139533

https://www.sohu.com/a/345112325_260568

育音堂 (Yuyintang):

https://site.douban.com/yuyintang_h/room/442781/

育音堂老店迎来谢幕演出，上海‘摇滚圣地’正式与乐迷告别 (traducción propia al español: *El icónico Yuyintang celebra su concierto de despedida y el ‘templo del rock’ de Shanghai se despide de sus fans*), 04/07/2024:

<https://finance.sina.cn/2024-07-04/detail-incaxnru7691689.d.html?vt=4&pos=108&his=0>

这些小众音乐被大牌广告看中，是为什么呢？ (traducción propia al español: *¿Por qué estas canciones de nicho han sido elegidas para grandes anuncios?*), 13/03/2019:

<https://dashi.streetvoice.cn/article/20190313/001/>

这些音乐杂志被停刊，原因你却猜不到 (traducción al español: *Estas revistas de música han sido suspendidas, y la razón te sorprenderá*), 01/01/2017:

https://m.jiemian.com/article/1046029_yidian.html

乐队的夏天 (“The Big Band”):

<https://images.app.goo.gl/1FbFhAYHkmmDn3oK8>

《乐队的夏天》大热背后：综艺在向有价值的音乐靠拢 (traducción propia al español: *El éxito de “The Big Band”: los programas de variedades se acercan a la música de calidad*), 14/08/2019:

<https://cnews.chinadaily.com.cn/a/201908/14/WS5d536d6ba31099ab995d9502.html>

中国独立音乐的发展历程：现实压抑与精神突破 (traducción propia al español: *El desarrollo de la música independiente en China: represión real y liberación espiritual*), 26/06/2019:

<https://m.jiemian.com/article/3253878.html>

中国独立音乐厂牌历程概述 (traducción al español: *Resumen del desarrollo de los sellos discográficos independientes en China*), 25/06/2008:

<https://www.indiechina.com/html/2008-06/1640.htm>

中国独立音乐人海外巡演，真的香吗？ (traducción propia al español: *¿Las giras internacionales de músicos independientes chinos realmente triunfan?*), 19/03/2024:

<https://www.jiemian.com/article/10931023.html>

中国摇滚的青春期，结束在 1994 年的红磡 (traducción al español: *La adolescencia del rock chino terminó en 1994 en Hong Kong Coliseum*), 25/03/2020:

<https://m.huxiu.com/article/346635.html>

自由音乐 (en español: *Música Libre*):

<https://music.douban.com/subject/3176493/>