

La Luna de Beijing (3)

En la senda del dragón



Beijing (Pequín), enero de 1988

Con temperaturas permanentemente por debajo de los cero grados que han convertido en magníficas pistas de hielo los lagos de los parques, Beijing, la capital de la nueva China, se apresta a conmemorar el Año del Dragón.

En el calendario lunar chino, el Año del Dragón es el más importante de cada uno de los 12 signos en que se divide cada ciclo de 12 años. En la tradición china cada año está representado por un animal (rata, vaca, tigre, conejo, dragón, serpiente, caballo, oveja, mono, gallo, perro, cerdo), pero sólo el considera a China como la tierra del dragón, y los chinos como descendientes del dragón. Evidentemente éste era el signo de los emperadores, su imagen se encuentra reproducida en edificios, esculturas, telas, pinturas, y constituye un elemento esencial de la mitología y de la literatura antigua. Incluso la primera bandera nacional, la estampilla de correo, una moneda y un billete de China, reproducen el dibujo del dragón.

Las leyendas y cuentos chinos atribuyen a este signo, fortuna y prosperidad, también se dice que los niños nacidos en este año son inteligentes y fuertes. Por esta razón, el sentido pragmático, dinámico y renovador surgido del último congreso del Partido Comunista Chino, ha encontrado en esta conmemoración, que goza de un profundo arraigo en la cultura del pueblo chino, un marco idóneo para agitar su política de modernización y apertura.

El Año del Dragón servirá, efectivamente, para estimular la iniciativa en diversos campos. Pero las actividades orientadas para atraer a los turistas, para potenciar el desarrollo de la industria turística, es sin duda alguna, un centro de atención fundamental. China ha descubierto que los “huéspedes” extranjeros (terminología utilizada para turistas y personal residente) es una fuente de divisas nada despreciable.

Año Internacional del Turismo

Desde los hoteles de lujo de Beijing, básicamente para turistas y hombres de negocio adinerados, hasta los hoteles más modestos, lucen de gala al iniciar el mes de enero para inaugurar el Año Internacional del Turismo. Poco importa que la mayoría de los hoteles de lujo se encuentren semivacíos en estas fechas, por ser temporada baja. Se siguen construyendo nuevos y grandes hoteles, con más lujo todavía. Hoteles que derrochan luz, agua y energía, mientras las viviendas de sus alrededores sufren severas restricciones. Beijing, es una ciudad de fuertes contrastes. La propaganda editada por la Oficina de Turismo Municipal invita a los turistas a conocer la Gran Muralla, “la construcción más grande del mundo”, el Palacio Imperial, con 9.999 habitaciones, también “el más grande del mundo”, la Plaza de Tiananmen, también por supuesto “la mayor del mundo”, etc. etc. La imagen de grandiosidad que ya Marco Polo describió en sus célebres viajes hace siglos es muy presente todavía como forma de deslumbrar a los visitantes extranjeros.

Todo vale para conseguir los objetivos: Beijing se apresta a recibir más de un millón de turistas extranjeros durante este año. Turistas que inician su periplo chino aquí, para continuar circuito por otras ciudades imperiales. Cifra exigua, si comparamos por ejemplo con el índice de turistas extranjeros que recibe anualmente Cataluña o España, pero indicativa de una tendencia progresiva que se acelerará en un futuro muy inmediato. El gobierno chino ha comprendido las enormes posibilidades turísticas de este inmenso país, y que también crece una corriente de moda e interés por conocer China. Esta idea también la comparten cadenas hoteleras internacionales de EEUU, Japón, Hong Kong, entre otras, que invierten, como empresas mixtas, construyendo nuevos, lujosos y caros hoteles en las grandes ciudades. Se trata también de facilitar una vía que permita mejorar las condiciones, infraestructuras e imagen, de muchas ciudades abiertas al turismo.

El dato es interesante si tenemos en cuenta que hasta hace poco más de una década, Beijing, era una ciudad cerrada para los turistas extranjeros, y que todavía hoy, miles de ciudades, son ciudades cerradas a los extranjeros por diversas razones. La más repetida se refiere a la falta de infraestructuras hoteleras y vías de comunicación adecuadas. Razones, sin duda ciertas, pero a las que se deben añadir otras razones de política interior.

Moda, Superman, Dancing y lotería

Cuando Zhao Ziyang (Secretario general del PC Chino) mostró su impecable traje de estilo occidental a los periodistas extranjeros que cubrían el XIII Congreso del PC Chino, estaba dando una consigna muy clara: la imagen uniformada debe dar paso a una imagen más moderna y diversificada, reflejo de una nueva mentalidad. Los dirigentes chinos son conscientes de que la indumentaria, la moda, son fenómenos sociales que mueven grandes energías y recursos, y que también trascienden las fronteras.

Las exportaciones de textiles han supuesto un nuevo record durante el año 87. Ahora el Ministerio de la Industria Textil, desea además prestigiar las exportaciones de confecciones chinas con un diseño actualizado. Como consecuencia de todo ello el consumo interior también modifica sus esquemas de demanda. Y los desfiles de moda pueden realizarse en los lugares más

insospechados. La internacionalización de la información está transformando los guetos sociales y generando nuevas actitudes.

La bicicleta, elemento indispensable para la vida cotidiana de los chinos, es también una fuente de ingresos considerable. China no sólo es la primera productora del mundo, 40 millones de bicicletas al año, con un alto porcentaje orientado a la exportación, sino que tiene una industria con más de 400 empresas que dan trabajo a más de 250.000 personas. Todo ello sin contar los cientos de miles de personas que tienen sus pequeños talleres ambulantes de asistencia y mantenimiento en la calle. Pero sorprende que los coches que abundan en Beijing, son coches caros y de importación: de EEUU, Japón, RFA, etc. Entre la bicicleta y el coche de lujo parece no existir el término medio.

El gobierno recuerda de vez en cuando lo nocivo de algunas costumbres y hábitos de “fuera”. El SIDA, la droga y otros males, actúan como disuasivos para quienes traten de franquear esta barrera. Pero resulta significativo el gran consumo entre los chinos de la *Coca-cola*; el hecho de que en las carteleras destaquen las proyecciones de las películas norteamericanas: *Superman*, *Dancing*, etc., y que surjan salas de baile (e incluso que las Juventudes Comunistas organicen cursillos para aprender a bailar), donde más de un occidental quedaría en mal lugar al lado del impecable estilo de muchos jóvenes pequineses. También resulta chocante que la lotería se haya institucionalizado como una fuente de recursos para obras sociales. En las calles, los primeros billetes de un Yuan se han vendido espléndidamente. El premio puede alcanzar los 10.000 yuanes, unas 300.000 pesetas, una auténtica fortuna para los chinos. Extraña forma de mejorar los ingresos y bienestar de los ciudadanos.

Este mosaico de amor y de sombras, de contrastes permanentes es lo que ofrece un sabor especial a los atónitos ojos del observador occidental. El país se mueve, se transforma, aunque no siempre se tiene la certeza de saber cual es la dirección. Con la llegada del Año del Dragón, en la estruendosa noche del 17 de febrero, nos proponemos tratar de transmitir estas sensaciones con mayor asiduidad. Pedimos benevolencia.

Domènec Martínez



