

China, a través de la pantalla

[Pello Zúñiga](#)

Cómo la industria audiovisual china refleja la actualidad social y cultural de la segunda economía del mundo.



La mayoría de las personas que tratan de comprender a China busca fijarse en sus deslumbrantes datos macroeconómicos, intentando entender su actualidad a través de indicadores de inflación, exportaciones o PIB. Pero es otro factor, inaccesible para muchos debido a la dificultad del idioma y los factores culturales intrínsecos, el que mejor refleja el cambio social y cultural que está experimentando el Estado-civilización más poblado del mundo: su industria audiovisual.

China vive en estos momentos un *boom* sin precedentes en el número de producciones cinematográficas nacionales. Gracias a uno de los más estrictos proteccionismos audiovisuales del mundo, *el gigante asiático produce* cerca de 500 films al año, frente a las escasas 20 películas extranjeras que se permite proyectar en los cines del país. Deseosas de captar la

complicidad y beneplácito de una sociedad que cambia y evoluciona a la velocidad del rayo, sus argumentos han comenzado a olvidar al que parecía el rey indiscutible de las taquillas chinas, la película histórica de artes marciales, que corre el riesgo de ser engullido por la nueva reina de las pantallas del país asiático: la comedia romántica. Este jaque mate doméstico refleja una cada vez mayor distancia entre la omnipresente tradición histórica del país y las nuevas generaciones, más preocupadas ya por el mañana que por el ayer.

Todas estas [películas](#) relatan amores idealizados y reflejan estilos de vida cosmopolita completamente fuera del alcance de la práctica totalidad de jóvenes urbanitas chinos. Ejecutivos publicitarios, inversores de bolsa y diseñadores gráficos de éxito conducen sus descapotables para desplazarse a sus *lofts* de ensueño, no sin antes cenar en un restaurante de lujo y enamorarse de la camarera que pronto se convertirá en una prestigiosa fotógrafa. Son historias y situaciones claramente despegadas de la realidad del país, en donde cerca del 90% de la población pelea por conseguir un sueldo de unos 500 euros al mes o se ve obligada a compartir habitación a los 30 años de edad para poder pagar su alojamiento en Pekín. Pero lo cierto es que la fórmula gusta, y mucho, ya que parece capturar las aspiraciones, deseos y sueños de gran parte de los veinteañeros chinos, que ven en pantalla la vida que les gustaría tener a la vez que olvidan durante hora y cuarenta minutos la que en realidad tienen.

Al mismo tiempo, China [se ha convertido ya](#) en el mayor productor y consumidor de telenovelas del mundo. Conscientes de la avanzada edad de su público objetivo, éstas muestran un estilo de vida anclado aún en su tradición rural e histórica, y en donde el sistema de valores familiar sigue siendo una especie de piedra angular a través de la cual perpetuar la responsabilidad filial y la honradez. Por su parte, las generaciones más jóvenes han comenzado ya a consumir televisión por Internet, inevitablemente muy influenciado por las propuestas internacionales. Esta tendencia seguirá sin duda creciendo durante los próximos años, aumentando todavía más la brecha entre jóvenes y mayores, ya de por sí abismal en el Imperio del Centro.

Durante las festividades del 2012 por el año nuevo chino, el periodo más rentable del año para las carteleras nacionales, se produjo en China [un hecho sin precedentes](#): la recaudación cinematográfica fue dominada por dos de las tres únicas películas extranjeras en los cines, que en ese mismo momento contaban con alrededor de 20 propuestas nacionales. Un hecho de gran trascendencia en una economía con gran proteccionismo cultural, orgullosa de su tradición, recelosa de la presencia e influencia extranjera, y que aspira a afianzarse como una referencia económica y cultural determinante en la región Asia-Pacífico, sin renunciar a verse como una de las dos principales economías mundiales durante las próximas décadas.

El Partido Comunista de China es perfectamente consciente de ello, y en su duodécimo plan

quinquenal ha hecho [alusión](#) a la necesidad de desarrollar y apostar por la industria cultural del país. Aunque esto se ha traducido en un mayor control sobre los contenidos y formatos (el objetivo es claro, no dejar escapar el control de los medios de comunicación y utilizarlos para reforzar los “valores socialistas con características chinas” como centro del mundo cultural), sería injusto calificar al gobierno de Pekín como un mero lastre ajeno a las tendencias y potencial de su industria cultural.

El PCCh controla con mano férrea la producción, pero al mismo tiempo parece comprometido a crear una industria audiovisual fuerte e independiente a la altura de los estándares internacionales. Ciudades como Pekín o Shenzhen han recibido cuantiosas inyecciones de capital destinado a la creación de pabellones y estudios cinematográficos, productoras de animación e infografía y escuelas de creatividad y diseño.

Sin embargo, 2012 parece todavía demasiado pronto para que esta industria floreciente se traduzca en una confianza del público por la creatividad y el talento nacional, que de momento parece contentarse con reproducir argumentos o estilos claramente copiados de producciones extranjeras. Por ahora, un público joven, más exigente que nunca, parece comenzar a decantarse por las propuestas extranjeras.

Por su parte, el talento creativo audiovisual de *gigante asiático* está protagonizado por un vibrante resurgir del cine *amateur* y el documental social, que en muchas ocasiones pelea con la censura del Partido Comunista por su producción y distribución en el país. Internet ha supuesto en China la aparición de un torrente de cortometrajes y piezas de animación que recorren la mayor comunidad de internautas del mundo con argumentos de difícil cabida en los cines comerciales nacionales, y que despliegan gran creatividad, concienciación social y sentido de melancolía por los sueños y aspiraciones no conseguidas. Los principales portales de reproducción *on line* de vídeo han corrido a sacar provecho de este estallido de talento, y han creado festivales y portales en Internet para la promoción (y control estatal) de los mismos. Aún así, los directores más sociales o las principales apuestas documentales no tienen más opción que acudir a las productoras extranjeras en busca de una coproducción o emigrar para tratar de producir sus obras, que nunca podrán ser mostradas al público de su propio país.

Pero todo esto podría cambiar pronto, ya que el 19 de marzo de 2011 [se acabó el plazo](#) fijado por la Organización Mundial del Comercio para que China abriera sus restricciones al mercado audiovisual extranjero. Aunque Pekín (que ha perdido ya todas las apelaciones a la sentencia) no ha realizado más que [tímidas concesiones](#) al respecto, podría estar pronto obligada a acatar la decisión de la OMC y aumentar la presencia de cine, música y literatura extranjera en su mercado. Y esto, en un país en donde 20 films extranjeros recaudan casi lo mismo que las

otras 300 películas chinas estrenadas en el cine, podría suponer el derrumbe de la industria cinematográfica nacional.

Si quiere reencontrarse con sus espectadores y consumidores, China se verá pronto obligada a encontrar su propia voz y creatividad, haciendo de su industria audiovisual un símbolo de la nueva economía china, que busca reencontrar su valor de mercado.

Artículos relacionados

- [El fin del sueño chino.](#) *Christina Larson*
- [¿Es posible que las revueltas lleguen a China?](#) *Mario Saavedra*

Fecha de creación

22 marzo, 2012