

# NUEVAS GENERACIONES EN CHINA

*IVEX SHANGHAI*

SEPTIEMBRE 2008

## **INDICE**

### **1. INTRODUCCION**

### **2. LA CORRIENTE “LINGLEI”**

### **3. LA CORRIENTE “CHINA MY GENERATION”**

## 1. INTRODUCCION.

A lo largo de la historia de China han ido apareciendo nuevas corrientes sociales que han sido objeto de estudio de centros sociológicos. La más reciente de estas corrientes es la llamada "generación post-80" formada por jóvenes nacidos a finales de la década de los 70 que han crecido durante el boom económico de China.

En esta nota, queremos acercar al empresario con intereses en el mercado de China, el mayor segmento de mercado en China, y posiblemente el mayor del mundo, el compuesto por los "nuevos consumidores chinos". China tiene una población de 300 millones menor de 30 años. Gracias a esta generación muchos productos y conceptos han encontrado su nicho en este país como la comida rápida, cine, videojuegos, internet, cosméticos, electrónica e informática, deportes, moda, turismo, etc... No podemos pasar por alto el presentar al empresario la "generación que va a cambiar a China", además en esta nota se explican sus gustos y tendencias. Información precisa para abordar este mercado.

Nos referimos a los integrantes de la primera generación resultante tras la aprobación de la ley "un sólo niño por familia" por lo que, al tratarse de hijos únicos, han podido gozar de una mayor atención y cuidado por parte de sus familias, así como de una vida materialista que sus padres no conocieron durante su infancia. Es por ello que los miembros de esta generación se caracterizan por su espíritu consumista.

Antes de su nacimiento, la mayoría de la población china vivía en la pobreza y los valores sociales seguían el patrón que marcaba el gobierno.

Cuando los miembros de esta generación alcanzaron los 20-30 años fueron testigos del continuo desarrollo económico del país, de la apertura de la sociedad china a diferentes opiniones, valores y estilos de vida.

La continua prosperidad económica del país les ha evitado enfrentarse con desastres o disturbios sociales. Se espera que jueguen un papel clave en el futuro del país ya que ejercen una importante influencia en la sociedad actual china. Sus gustos a la hora de consumir y su poder de compra han hecho de ellos el blanco de muchos negocios.

Así, sus gustos y preocupaciones por la moda han contribuido al crecimiento de muchas industrias, desde los cosméticos, la informática, hasta el cine, los deportes y el entretenimiento son atribuidos a los miembros de esta generación. Sus gustos y preferencias están influyendo a otros grupos sociales de todas las profesiones y regiones.

Según un estudio reciente realizado a 10.000 jóvenes en Pekín, cerca del 84,3% admiten su esfuerzo por conseguir sus objetivos en la vida.

Entre estos objetivos se encuentran: conseguir un buen trabajo, luchar por la igualdad entre las personas y la armonía en la sociedad, ayudar a los menos favorecidos y contribuir a la prosperidad nacional.

Viendo los resultados de este estudio se concluye que los jóvenes chinos, que disfrutaban de una vida tranquila y feliz sin precedente en China, no están satisfechos con su realidad actual.

Movidos por sus crecientes ambiciones buscan conseguir una vida todavía más feliz y un futuro aún más prometedor. Dichas pretensiones llevan camino de convertirse en las ambiciones comunes de toda la sociedad china.

Se pueden distinguir dos corrientes ideológicas diferentes, aunque con puntos comunes, dentro de la generación post-80 china:

- Los llamados '*linglei*', enfocada más hacia una moda.
- La llamada '*China's Me Generation*'



## 2. LA CORRIENTE "LINGLEI"

Formada sobre todo por jóvenes nacidos en la década de los 80 que otorgan mayor importancia a la libertad individual frente a las normas establecidas. Luchan por conseguir una mayor confianza y respeto, así como por tener voz en asuntos sociales.

Esta generación tiene como objetivo encontrar sus propios valores y capacidades en lugar de luchar por ocupar posiciones altas de la sociedad y conseguir cada vez mayor riqueza.

Así surgieron entre los jóvenes corrientes como la llamada "*linglei*", comparable con los "*hippies*" o "*beatniks*" americanos o con los llamados "*shinjinrui*" japoneses.

Aunque a la palabra "*linglei*" se le empezó otorgando un significado despectivo, el 'Xinhua New Word Dictionary', que actúa como arbitro del gobierno para ver qué nuevas palabras son lingüísticamente aceptables, otorgó como definición de "*linglei*" el de "estilo de vida alternativo".

A diferencia de otras corrientes alternativas de Occidente, a la mayoría de "*linglei*" no les impulsa un sentimiento de insatisfacción para con el gobierno o la economía de su país, su lucha es más bien contra el conformismo y lo enfrentan promoviendo la propia expresión.

Así como los miembros de la generación de los 70 vivían preocupados por la idea de ganar dinero y disfrutar de la vida, a la generación de los 80 les preocupa más la búsqueda de la satisfacción personal, encontrar su propia identidad.

Antes, eran sólo los jóvenes más pobres los que dejaban el colegio para ayudar a sus padres en las fábricas o en el campo, ahora, y por primera vez en su historia, comienzan a darse en China casos de jóvenes '*linglei*' que deciden dejar los estudios voluntariamente dispuestos a buscar caminos de éxito alternativos.

“Para la generación de mis padres, un diploma era la única prueba de éxito” – comenta Wu Wei, perteneciente a la generación ‘*linglei*’ – “Para nosotros, siempre que puedas probar tu habilidad en cierta área, hay muchos caminos hacia el éxito”.

Así, los jóvenes que dejan sus estudios la gran mayoría de ellos lo hacen para montar su propia empresa, escribir libros, diseñar ropa, componer música... Estos jóvenes formaron parte de la corriente que más tarde sería considerada como “de moda” y que se convertiría en objetivo de las campañas de publicidad de todo tipo de productos. Estas campañas ya no se centran sólo en la calidad del producto sino también en la imagen del mismo, y en muchos sectores como el de la moda, la electrónica, la comida rápida... la imagen más popular es la de los ‘*linglei*’.

Cada vez son más frecuentes portadas de revistas con jóvenes alternativos que visten de piel y lucen piercings o tatuajes, anuncios de televisión protagonizados por jóvenes que practican ‘skateboard’...etc

Se intenta ligar el producto con una imagen de rebeldía e individualismo con un mensaje claro: “Cómprame y tú serás también ‘cool’ “. Otro de los campos invadidos también por la corriente ‘*linglei*’ es el de la literatura.

Después de que el gobierno cancelara sus subvenciones a las casas editoriales, éstas buscaron diferentes caminos para su supervivencia.

Unas se dedicaron a publicar autobiografías de los ejecutivos más importantes y ricos de China, mientras que otras se decantaron por el fenómeno de moda, conscientes de que decenas de millones de jóvenes urbanos suponían un mercado potencial importante y así fue, los libros ‘*linglei*’ coronaron las listas de top best-sellers en China.

El caso más exitoso fue el de Han Han que rechazó seguir estudiando para dedicarse a escribir libros (cuatro de los cuales consiguieron vender más de dos millones de copias a pesar de la piratería) o el de Chun Shu que dejó la universidad a los 20 años de edad y se dedicó a escribir libros como el de "Beijing Doll" (best seller en China).

La mayoría de estos autores suele escribir acerca de sus propias experiencias en la vida, decantándose por una literatura apolítica y alejándose de grandes ideologías como la democracia, la libertad o la igualdad.

"Nuestro concepto de libertad es diferente del occidental. Nosotros buscamos la libertad de forma más física; libertad de poder viajar donde queramos, de tener los amigos que queramos..." – explica Chun – "Tantas cosas nuevas, nuevas prendas de ropa, nuevos videojuegos... nos distraen tanto que no tenemos tiempo de pensar en política".

A pesar de su rebeldía, los jóvenes 'linglei' aman su país y es por ello que no representan ninguna amenaza para el Partido.



### **3. LA CORRIENTE “CHINA, MY GENERATION”**

Según un reciente estudio realizado por el “Credit Suisse First Boston”, los ingresos de la población con edades comprendidas entre los veinte y los veintinueve años creció un 34% en los últimos tres años, más que en el resto de grupos de edad.

Estos jóvenes han crecido obsesionados con el consumo, Internet y los videojuegos. Están mucho mejor educados que sus predecesores y más abiertos al mundo (37 millones viajaron al extranjero durante el 2007). Debido a su preocupación en sí mismos y su escaso interés en política, ellos podrían llegar a ser la salvación para el Partido Comunista, siempre que vean satisfechas sus necesidades económicas.

Lejos quedaron la Revolución Cultural, la apertura hacia Occidente o las protestas de estudiantes de Tiananmen. Ese capítulo de la historia china no es más que historia antigua para las nuevas generaciones de jóvenes chinos. “No podemos hacer nada en cuanto a la política, por lo tanto para qué hablar de ello?”- explica Silence Chen.

Para el 2015 se espera que el número de habitantes con edades inferiores a los treinta años crezca un 61%, alcanzando los 500 millones (el equivalente a toda la población de la Unión Europea).

Es por ello que el gobierno ha dejado claro que hará lo que sea necesario para mantener a esta nueva clase media contenta. Un ejemplo de ello es la revisión que se hizo de la ley de propiedad. Por primera vez se daba igual importancia a los derechos de la propiedad privada y del Estado. Pero esta revisión sólo favorece a los miembros de la nueva clase social emergente ya que hace referencia a productos dirigidos a ellos como pueden ser coches, pisos...etc.

Los granjeros por su parte siguen sin poder comprar sus terrenos y por tanto siguen teniendo que pagar un alquiler por ellos al gobierno.

Aunque no manifiestan interés alguno por una reforma política, los miembros de esta generación si han demostrado que son capaces de enfrentarse a las autoridades cuando sus intereses se ven amenazados.

En octubre del 2006 por ejemplo, la policía de Pekín impuso una norma por la que se limitaba el número de animales por casa a uno, siempre que estuviese registrado y midiera menos de 14 in. Las protestas de los jóvenes chinos de clase media, en su mayoría dueños de algún perro, no se hicieron esperar y en menos de un mes. Según el South China Morning Post de Hong Kong, el presidente Hu Jintao intervino ordenando a las autoridades de Pekín la retirada de la norma. Es la primera vez, que la mayoría de pekineses recordara, que una protesta pública conseguía una actuación directa del líder chino.

Conscientes de su poder, los jóvenes de la "China's My Generation" no dudan en afirmar que son egocéntricos, que viven por y para ellos mismos y que su poder reside en la contribución que hacen a la economía de su país.



FUENTES:

Revista Time – Agosto 2007  
Revista Time – Febrero 2004  
China Daily  
Shanghai Daily