

FEM QUE PASSI

Sant Jordi ya no mata al dragón, sino que le da un pinchazo

Alexis Roig
Shanghai



Halloween, San Valentín, Año Nuevo Chino, Saint Patrick's, Black Friday... Tradiciones centenarias y creaciones de marketing de países diversos ocupan un lugar destacado en nuestro calendario e imaginario. Tradiciones locales que devienen globales. ¿Es este un fenómeno único de las grandes culturas hegemónicas? ¿Puede una pequeña cultura como la nuestra marcar una página en el calendario internacional?

Este sábado celebraremos una de nuestras tradiciones más que-

ridas: Sant Jordi. Una fiesta cultural, emocional, familiar y cívica. Una celebración que no pasa desapercibida fuera de nuestras fronteras. Miles de visitantes de todo el mundo se acercan a Barcelona para dejarse llevar por el ambiente festivo y cultural que se respira en sus principales calles y ramblas, llenas de rosas y libros.

Se trata de mucho más que una *diada* nacional. Una tradición en la que hemos sabido sacar lo mejor de nosotros; una fiesta que combina el amor y la cultura y que se basa en unos valores que la hacen universal.

Son precisamente estos valores universales los que han hecho de Sant Jordi una celebración de

impacto global y uno de los puntos fuertes que le ha valido a Barcelona su reciente nombramiento como Ciudad de la Literatura por la Unesco. El pasado año, más

Shanghai celebra desde ayer la mayor festividad del libro y de la rosa

de cien ciudades internacionales celebraron Sant Jordi, también conocido como Books and Roses. Por un día, la icónica imagen de la Rambla con sus rosas y libros y

cientos de ciudadanos paseando se recrea alrededor del mundo.

Podemos hablar de una auténtica "diplomacia de Sant Jordi": un éxito colectivo que nos presenta al mundo como una sociedad abierta y con unos valores que otras culturas quieren también hacerse suyos. Unos valores de los que Barcelona debe hacer bandera.

El caso de Shanghai es sin duda digno de destacar. Después de celebrar el Sant Jordi durante más de diez años de la mano del Catalan Institute of China, la capital económica china se ha hecho suya la celebración.

Aprovechando que este año Barcelona y Shanghai celebran el 15.º aniversario de su hermanamiento, las instituciones de la ciudad china se han entregado a la celebración: la red de bibliotecas públicas ofrece desde ayer y hasta el próximo domingo rosas e información de la celebración a sus usuarios, y cinco bibliotecas

firman convenios de colaboración con cinco bibliotecas catalanas, treinta escuelas de educación primaria de ambas ciudades se hermanarán y celebrarán simultáneamente la festividad del libro y la rosa, y docenas de librerías, sellos editoriales y universidades locales y más de un millón de rosas darán lugar a la mayor celebración de Sant Jordi fuera de Catalunya.

Eso sí, una gran fiesta, pero adaptada a las costumbres locales, donde Sant Jordi ya no mata al dragón. Un pinchazo de advertencia basta para darle una lección (de algún lugar tienen que salir las rosas) y acabar siendo buenos amigos. Cosas de la mitología china.

www.barcelonaglobal.com



Treinta años después de la primera bajada entre Llavorsí y Sort, los deportes de aventura emplean a 2.000 personas en Lleida

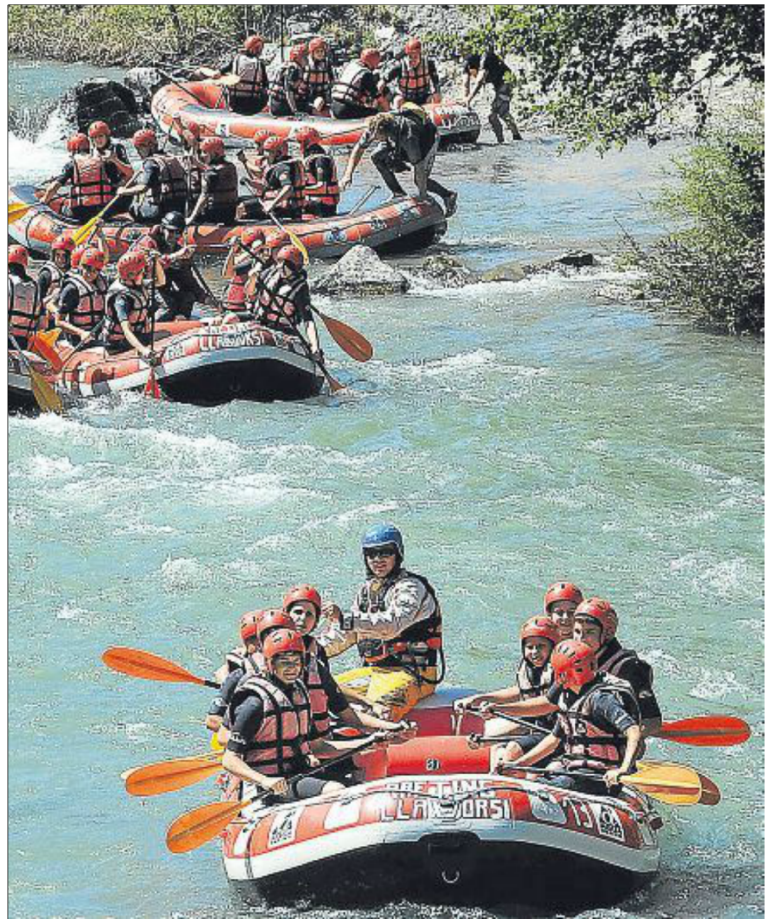
Seis millones de raftings

PAU ECHAUZ
Sort

Primavera de 1986. El Noguera Pallaresa bajaba potente y agresivo el agua del deshielo cuando, con una balsa neumática, con remos y protegidos con trajes, un grupo se adentró en el río. Sortearon rocas, desniveles, ramas de árbol y remolinos a tal velocidad que apenas podían remar. Aquellos pioneros fueron los introductores en España de una modalidad deportiva que había nacido en los Alpes: el rafting. El tramo entre Llavorsí y Sort es hoy una

el 2015 se realizaron 320.000 servicios de actividades terrestres, 312.000 de agua y unas 14.000 aéreas. La previsión es que los servicios y actividades crezcan en torno a un cinco por ciento este año. El rafting sigue siendo el producto estrella de las modalidades de agua y representa casi la mitad de todas las actividades. En cuanto al cliente de las empresas, es básicamente catalán (un 70%), mientras que un 16,8% proviene de España y el 13,2% restante lo aporta el mercado extranjero.

La campaña actual ha comenzado con 224 empresas activas en las comarcas de Lleida, que ofrecerán medio centenar de actividades. Las perspectivas son buenas, atendiendo al suave pero continuo crecimiento que ha experimentado el sector en los últimos años, consecuencia de la lenta recuperación económica y de la progresiva apertura del sector a los mercados exteriores. Entre el 2009 y el 2012 se notaron los efectos de la crisis, pero el sector nunca dejó de invertir para mejorar el producto. Según el presidente de la Asociación de Empresas de Deportes de Aventura del Pallars Sobirà, Florido Dolcet, las empresas leridanas del sector invierten año tras año en la ampliación y la mejora de infraestructuras y en el mantenimiento de los equipamientos deportivos una media que supera los 36.500 euros por empresa en los últimos dos años. La campaña se refuerza con la entrada en funcionamiento de dos nuevos parques lúdicos de aventura en el Pallars So-



El rafting es el producto estrella entre las actividades acuáticas que se organizan

birà, en las localidades de Rialp y La Guingueta d'Aneu.

La importancia de este sector ha ido creciendo en los últimos años y actualmente su impacto económico global (considerando los ingresos procedentes de la actividad, el alojamiento y la restauración) alcanza los 88 millones de euros, además de dar trabajo a más de 2.000 personas.

Es una industria plenamente integrada en el territorio y que además se prepara para el futuro con la creación de nuevas titulaciones de formación profesional de técnico deportivo en la modalidad de piragüismo, en los institutos de Sort, La Pobra de Segur y La Seu d'Urgell.

El cauce del Noguera Pallaresa ha cambiado durante estos treinta

años de bajadas. Hasta ahora, la adecuación y retirada de elementos peligrosos ha ido a cargo de las empresas, pero el presidente de la Diputación de Lleida, Joan Reñé, anunció que durante los próximos cinco años se invertirán hasta 50.000 euros anuales en la limpieza y el mantenimiento de la autopista acuática. ●

La Diputación gastará 50.000 euros anuales para mantener limpio y en condiciones el Noguera Pallaresa

de las autopistas fluviales más concurridas de la Península. Treinta años después de ese primer viaje, las empresas de aventura del Pallars Sobirà han contratado unos seis millones de servicios de actividades acuáticas.

La temporada de primavera verano ha comenzado con las mejores perspectivas. Según los estudios del Patronat de Turisme Terres de Lleida de la Diputación, el número de servicios de turismo activo que ofrecen anualmente las empresas de este ámbito roza los 650.000. En