

La emigración económica de los españoles a Alemania en los años 1960-1974 desde la perspectiva del cine y la televisión

Oleksandr Pronkevich

Resumen: En el artículo se analiza la autoimagen de los españoles y la imagen del Otro (los alemanes) en las obras de cine y televisión producidas en España entre 1963 y 2015, dedicadas a la emigración económica española a Alemania en los años 1960-1974. Usando la hermenéutica imagológica y el enfoque discursivo, el autor del artículo demuestra cómo el arte audiovisual popular refleja transformaciones de la identidad nacional española durante la segunda mitad del siglo XX y las primeras décadas del siglo XXI.

Palabras clave: arte audiovisual popular; emigración económica; identidad nacional española; autoimagen de los españoles; imagen de los alemanes

Abstract: The paper provides a study of the auto-image of the Spaniards and the image of the Other (Germans) in the films and the TV programs produced in Spain between 1963 and 2015 telling about Spanish economic emigration to Germany in 1960-1974. Using the imagological hermeneutics and discourse analysis, the author of the paper demonstrates how the popular audiovisual arts reflect transformations of Spanish national identity in the second half of the 20th and the first decades of the 21st century.

Keywords: popular audiovisual arts; economic emigration; Spanish national identity; auto image of Spaniards; image of Germans

Introducción

La emigración económica de los españoles en los años 1960-1974 a Alemania es definida por historiadores y periodistas como un éxodo, debido al gran número de personas integradas en este flujo humano en busca de otro tipo de vida. Antonio Muñoz Sánchez informa de que

entre 1960 y 1974, aproximadamente 600.000 españoles fueron a trabajar a Alemania. De ellos, unos 400.000 lo hicieron asistidos por el Instituto Español de Emigración. Esto es, emigraron con un contrato por un año y viajaron en los trenes especiales. Los restantes 200.000 llegaron a Alemania por vías alternativas a las previstas por las autoridades franquistas (Muñoz Sánchez 2012: 30).

Es decir, se puede hablar de un encuentro masivo de los españoles del franquismo con el mundo europeo. Es, como concluye el autor citado, un “complejo fenómeno migratorio, fundamental en la modernización y la europeización de España” (23).

Siendo un episodio histórico tan importante, no sorprende que esta primera generación de la emigración económica española a Alemania haya sido llevada a las pantallas de los cines y a la televisión ya desde los años sesenta y hasta nuestros días. Cabe citar el reportaje *Imágenes. Trabajadores españoles en Alemania* (1963, director Christian Anwander) del NO-DO, la comedia *Vente a Alemania, Pepe* (Pedro Lazaga, 1971), la película documental *El tren de la memoria* (Marta Arribas / Ana Pérez, 2005), el programa de RTVE *Cómo hemos cambiado – Emigrantes* (Anna Solana / Isabel Tojo, 2010) y la comedia *Perdiendo el norte* (Nacho G. Velilla, 2015).

En cada obra cinematográfica o televisiva que se estudiará en el artículo se trata el proceso de interacción de los españoles con los alemanes, lo que hace oportuno el uso de la imagología. Esta se entiende como

una disciplina que colabora en la lectura hermenéutica de textos que surgen de la convivencia o del conflicto entre dos o más culturas / etnias / comunidades / géneros / clases, en los que se construye una imagen del Otro y su mundo. Esta imagen suele presentarse idealizada, invertida o distorsionada, lo que para la imagología se denomina *mirage* (Pérez Gras 2016: 12-13),

es decir como una imagen estereotipada. Al mismo tiempo, la convivencia/lucha de culturas o grupos mencionadas en la cita constituye el proceso dialéctico de la creación de la autoimagen del Yo, también estereotipada. Esta última es también un constructo mental que los individuos

producen para percibirse como miembros de un colectivo con una identidad imaginada (el concepto de Benedict Anderson). La autoimagen surge como reacción al Otro: el Yo se reconoce a sí mismo mirándose en el espejo de lo Extranjero que es representante de lo Ajeno, al cual el Yo se contrapone y/o se identifica. De tal modo, “se inventa” el concepto de lo Propio.

Los teóricos de la imagología (Daniel-Henry Pageaux, Jean-Marc Moura, Hugo Dyserinck, Joep Leerssen, Celeste Ribeiro de Sousa, Lila Bujaldón de Esteves, Antonio Martí, etc.) y sus continuadores más jóvenes subrayan que la cultura (aquí entendida en el sentido antropológico como un conjunto de sistemas representativos de todas las prácticas vitales) se usa para la construcción tanto de la autoimagen del Yo como de la imagen del Otro. Los mismos estudios indican que ambas imágenes obligatoriamente se inscriben en discursos ideológicos, historiográficos, estéticos, dominantes en cada época concreta. Además, en los siglos XX y XXI, en la producción de la imagen pública el cine y la televisión desempeñan un papel decisivo. Por esta razón el análisis de los productos audiovisuales a través de la óptica discursiva se ha convertido en requisito teórico obligatorio:

En todo caso, el significado de las imágenes públicas se genera siempre por prácticas discursivas, las cuales son más que una simple representación del discurso, pues a la vez definen este último. Por esto la interpretación iconográfica tiene que tomar en cuenta el funcionamiento de instituciones sociales y políticas, así como las convenciones culturales específicas de cada época (Schuster 2014: II).

El punto de vista discursivo propuesto por Sven Schuster permite profundizar en la comprensión de la autoimagen de los españoles y la imagen del Otro (los alemanes) en las películas y programas televisivos que serán analizados en el artículo. Cabe señalar que sus salidas a las pantallas de cine o televisión coincidieron cronológicamente con las etapas principales de los cambios en la conciencia cultural española en el camino de modernización del país. *Imágenes. Trabajadores españoles en Alemania* del NO-DO y *Vente a Alemania, Pepe* tratan sobre la emigración a Alemania durante el periodo conocido como el franquismo desarrollista. La película

documental *El tren de la memoria* fue filmada en la época en la que España ya había pasado la transición desde la dictadura franquista hacia la democracia y formaba parte de la Unión europea. El programa televisivo *Cómo hemos cambiado – Emigrantes* y la comedia *Perdiendo el norte* aparecieron después de la crisis económica de 2008. En cada producto audiovisual el modo de presentar el encuentro de lo Propio (los españoles) y el Otro (los alemanes) está integrado en la retórica sobre cómo se entendía lo Español y lo Extranjero en las épocas concretas. Como resultado, la selección de las películas y los programas televisivos sobre el tema por sí misma forma un discurso que puede ilustrar las etapas principales de las transformaciones de la identidad nacional española durante la segunda mitad del siglo XX y las primeras décadas del siglo XXI.

Basándonos en las posturas teóricas expuestas arriba, se puede sintetizar el enfoque metodológico que será utilizado en el estudio. En particular, el artículo se centrará en el análisis de las obras de artes audiovisuales seleccionadas como ejemplos de la producción discursiva formada por las estrategias de la creación de la autoimagen de los españoles como representantes de la nación española y la imagen del Otro (los alemanes y Alemania) que personifican un modo de percepción del mundo yuxtapuesto a lo Propio. Y se estudiarán estos ejemplos en estrecha conexión al contexto histórico-cultural y a la evolución de los modelos narrativos de la identidad nacional española en la segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI. Por último, no se puede olvidar la importante influencia de la censura y de las convenciones de los géneros cinematográficos analizados, que también determinan las peculiaridades del tratamiento del tema de la emigración en la cultura popular.

Imágenes. Trabajadores españoles en Alemania (1963)

El primer producto audiovisual dedicado a la emigración económica a Alemania es el reportaje del NO-DO (Christian Anwander) que narra la vida de los 12.000 españoles que fueron a Fráncfort del Meno y que se estrenó el 1 de enero de 1963. Los creadores del filme parten de la idea de la identidad nacional española esencialista difundida por la cultura fran-

quista. Esta última, según Eamonn Rodgers (2001: 206), elogiaba el nacionalcatolicismo como núcleo espiritual de la nación española, glorificaba el pasado español imperial, cultivaba el respeto a los Reyes Católicos y a Felipe II como gobernadores y políticos ideales, interpretaba la Reconquista como el periodo más destacado de la historia española, tomaba como ejemplos a caballeros castellanos, etc. Además, se idealizaba el carácter patriarcal de la familia, se cultivaba el recelo al extranjero y el odio a los enemigos del pueblo (comunistas). El instrumento principal para imponer este ideal nacional a las masas era la censura.

En sus rasgos generales, *Imágenes* es la película documental que combina los elementos de publicidad y de propaganda. Con su ayuda, el Gobierno franquista buscaba a nuevos potenciales trabajadores para viajar a la RFA. Este planteamiento pragmático determina las estrategias de la construcción de las imágenes de españoles y alemanes en el filme. Sus creadores hicieron un esfuerzo grande para dibujar un cuadro idílico. Por eso las palabras “emigración” o “emigrante” están ausentes en el vocabulario del narrador. En vez de estos conceptos sospechosos se usa el eufemismo “los trabajadores”. Trabajadores que, por supuesto, están presentados como satisfechos y felices. Parte de la atención se centra en los episodios dedicados al Consulado general de España (00:01:13 - 00:01:42) que sirven para ilustrar la idea de que la patria protege los intereses de sus ciudadanos en el extranjero. Otra manifestación de la misma idea son fragmentos que elogian las acciones culturales financiadas por el Gobierno (la Operación Patria, Radio de Soria, Instituto de Emigración y Peregrinos de la Caridad) que se realizaban para mantener el ánimo de los españoles en Alemania: “España no olvida a sus hijos” (00:10:44 - 00:10:51).

Los emigrantes españoles, a pesar de su estancia en un mundo modernizado, conservan en la película la identidad nacional, tal como la entendía el franquismo: son trabajadores excelentes y disciplinados, son católicos que leen *Arriba* y escuchan música española. El sábado por la tarde y el domingo lo dedican a escribir cartas a sus familias, o a la diversión con la guitarra y las canciones españolas, juegan al tute y al dominó. Las traumáticas separaciones de sus familias son explicadas por el narrador de una forma un poco curiosa: “Los hijos van creciendo en España mientras los padres acrecientan el pequeño capital familiar” (00:03:30 - 00:03:36).

Como españoles auténticos, ellos sufren la nostalgia por España y tienen ganas de volver. En un episodio (00:06:41 - 00:07:43), un sevillano se queja del frío y en sus sueños se traslada a Sevilla donde le espera su familia y su comida típicamente española. Sus amigos y él “ante una salchicha de Frankfurt no pueden evitar el recuerdo del buen chorizo colorado, aromático y picante de su tierra” (00:07:35 - 00:07:43).

Las imágenes de alemanes y de Alemania también son exclusivamente positivas. En su arquitectura, el país sabe combinar el “típico carácter germánico” (00:00:46 - 00:00:58) con el espíritu más moderno y avanzado (00:01:00 - 00:01:10). Se subraya la puntualidad y alta organización de los alemanes; de tal modo, ellos son maestros de vida y trabajo para los españoles. Siendo una nación civilizada, los alemanes preparan las residencias limpias, cómodas y cercanas a las fábricas para que los españoles descansen bien y no se sientan incómodos en su nuevo ambiente. Los alemanes aparecen en la pantalla bien vestidos, con puros y cervezas, son fanáticos de himnos y canciones que se cantan “siempre que hay ocasión”. Mucha atención prestan los creadores de la película a lo que llaman la amistad entre dos pueblos: los alemanes practican tertulias y reciben bien a los españoles, ante todo a los andaluces, de los cuales aprenden el arte popular del jaleo (00:04:29 - 00:04:53). Otra evidencia de la fraternidad hispano-germana es el intercambio de la buena cerveza con el rico Valdepeñas (00:04:57 - 00:05:20). La película subraya que la vida en Alemania está organizada prácticamente como en España: el domingo todo el mundo va a misa; después los trabajadores españoles tienen tiempo para conversar entre ellos, para pasear por las calles, para conocer la ciudad, comprar las cosas y comparar la diferencia de divisas y reunirse en bares españoles, con la prensa española y los típicos juegos nacionales (00:05:51 - 00:06:40).

El mensaje de la película del NO-DO es bastante evidente. Alemania es un excelente sitio para ir a trabajar un par de años, ganar dinero y regresar a España. Se puede suponer que, como producto de la publicidad y propaganda, el noticiario resultaba bastante efectivo porque trataba con maestría los problemas vitales de los españoles de los años 1960. Además, la película concentraba brevemente todos los tópicos del discurso emigratorio español: la existencia de los españoles en grupos compactos, las condiciones de vida y de trabajo, la religiosidad de los españoles y sus actitudes

positivas respecto al franquismo, sus relaciones amistosas con los alemanes, etc. Los directores de las películas y los programas televisivos que se produjeron en las décadas posteriores desarrollaron algunos de estos tópicos; otros cineastas polemizan con el cuadro dibujado en el noticiario del NO-DO, pero en cada caso el filme de 1963 sirve de punto de referencia para la producción audiovisual sobre el tema.

Vente a Alemania, Pepe (1971)

La comedia “landista” *Vente a Alemania, Pepe* (1971) de Pedro Lazaga es la obra cinematográfica más conocida sobre la emigración económica española a Alemania. A pesar del hecho de que la cinta salió a la pantalla hace casi cincuenta años, su protagonista Pepe, el campesino aragonés, sigue siendo una parte inseparable de la conciencia colectiva de las masas. “Los tiempos del *Vente a Alemania, Pepe*” – así tituló Conrado Granado Vecino el primer capítulo de su libro *Y los españoles emigraron. Una mirada actual a la emigración española* (2015). De tal modo, el nombre del personaje aquí es representante de todos los emigrantes españoles en Alemania desde 1960 hasta 1974. En su presentación del libro, Granado caracteriza la película como obra de arte en la que “se hablaba de las muchas mentiras de la emigración” (*Y los españoles emigraron*, 2015: 00:07:30 - 00:07:32). Por mentiras Granado entiende los tópicos propagandistas franquistas sobre los que se ha tratado más arriba. Otro ejemplo del uso del nombre del protagonista de la película es el libro *¿Te has venido a Alemania, Pepe? Relatos de nuevos inmigrantes españoles* (Junckerjürgen *et al.* 2015). Aquí Pepe personifica a los españoles que emigraron a Alemania en los años 2000-2010. Por último, Pepe se convierte también en sinónimo del emigrante español a Gran Bretaña. Así juega con este nombre un autor anónimo del Blog Salmón hablando de la película documental *One Way Ticket to London* de Borja Calvín y Clàudia Mateus:

Vente a Alemania, Pepe es una película de Lazaga de 1971. No he podido evitar acordarme de ella cuando he visto el documental *One way ticket to London*, un vente ‘pa’ Londres en toda regla, dirigido y

producido por dos jóvenes emigrantes, Borja Calvín y Clàudia Mateus (IC 2014).

Sin ninguna exageración, Pepe se ha convertido en un mito cultural de la emigración económica española de la segunda mitad del siglo XX, a pesar de toda la crítica del “landismo” como cine escapista ligero.

La larga vida del filme se debe al hecho de que sus creadores supieron depositar en su obra cinematográfica muchísimos significados sociológicos que los públicos españoles, después de haber pasado por las décadas de la experiencia emigratoria, descubren con sorpresa reconociéndose en ellos. Así lo afirma Luís E. Parés en la entrevista que presentaba la película el 2 de agosto de 2008 en el programa *Historia de nuestro cine* de la RTVE (2008). Con esta observación se solidarizan Alejandro Zabaleta (2011) y María José Esteban Zuriaga (2012). Este último investigador realiza una prueba interesante integrando la película en el proceso educativo como reflexión de los procesos sociales en la España de los años 1960-70:

El interés de la película está fundamentado, sobre todo, por las imágenes arquetípicas que presenta, y que serán de utilidad para explicar algunos aspectos históricos y sociales de la emigración que se dio desde España a algunos países europeos durante los años 60. [...] Gracias a la película podremos identificar los perfiles sociales de los emigrantes, sus condiciones de vida en el extranjero, las redes de relación que se crearon, etc. (Esteban Zuriaga 2012: 122).

El método imagológico-discursivo aplicado en este artículo a los productos audiovisuales sobre la emigración económica a Alemania permite profundizar en la interpretación sociológica de la película. A pesar de la diferencia estética, la comedia tiene rasgos comunes con el noticiario del NO-DO. En particular, las dos obras cinematográficas se basan en el mismo modelo de la identidad nacional española. Es el mismo ideal franquista, pero en *Vente a Alemania, Pepe*, al tratarse de una comedia, presentado desde un prisma humorístico. La censura sigue funcionando, sin embargo los cineastas han aprendido a articular los problemas sociales sin salir del paradigma cultural impuesto por la ideología oficial.

La comedia cuenta la vida de un grupo compacto de españoles que viven en Múnich. En la película de Lazaga, como en el reportaje del NO-DO, los españoles son personas conservadoras que mueren de nostalgia por su país y regresan a su patria porque aman a su tierra y a sus familiares. Sin embargo, la distancia cronológica entre los dos filmes es de ocho años, durante los cuales los españoles ya se habían modernizado y habían acumulado mucha información sobre la vida de los emigrantes en Alemania, que los espectadores del noticiario no poseían. El resultado es la presencia en la comedia de un conjunto de nuevos motivos en la imagen de los españoles de la emigración. En particular, Pepe no es un trabajador abstracto en la fábrica alemana. Es un sacristán de Peralejos que está enamorado de sus vacas. Es un campesino aragonés ignorante y desconocedor del mundo entero, como la mayoría de los emigrantes españoles de aquella época que salían de las zonas rurales más pobres. Él llega a Alemania sin papeles (sin contrato ni permiso de trabajo) y un sinvergüenza español le “ayuda” a él y otros muchos como él de un modo ilegal. Pepe tiene que limpiar las ventanas de un rascacielos, pegar carteles e incluso se convierte en instrumento de promoción para el depilador Zaruk. El truco de la publicidad consiste en mostrar a dos hombres casi desnudos: a un español con pecho velludo (Pepe), que no se depila con Zaruk, y a un alemán (sin pelo en el pecho), que se depila con este producto, para que los clientes vean la diferencia y compren el depilador (00:54:57 - 00:55:42). Aunque el trabajo es absolutamente indecente y humillante para un hombre español tradicional, Pepe lo acepta porque gana 100 marcos por dos horas diarias.

Los trabajadores españoles cualificados de la película del NO-DO también aparecen en esta película. Son los esposos Mora que trabajan en la fábrica de BMW. Sin embargo, la composición sociológica de los españoles en la comedia es mucho más compleja que en el noticiario: además de los emigrantes económicos, que trabajan y ahorran, en la pensión de Frau Müller vive Don Emilio, el emigrante político. Él no puede regresar a España porque no está de acuerdo con lo que pasa en el país y porque todos sus familiares en la patria se le han muerto. Es importante subrayar que el personaje está presentado no como un enemigo, sino como un hombre simpático, profesional, inteligente pero absolutamente abandonado. Es

una persona infeliz porque está separada de su patria para siempre. Además, en la película su destino se interpreta como la evidencia de la complejidad y la tragedia de la historia española.

Mucha atención se presta en *Vente a Alemania, Pepe* a las condiciones de vida. Los españoles habitan no en una residencia, sino en una pensión, con habitaciones para dos personas, con cuarto de baño, con agua caliente y con desayunos y cenas compartidas. Es una opción bastante lujosa para emigrantes. Se puede suponer que el director coloca a sus personajes en condiciones más o menos humanas, no solamente porque él quería reproducir una imagen de la vida decente de los emigrantes españoles en Alemania, como lo exigía la propaganda franquista, sino también porque de esta manera podía ilustrar otro fenómeno del que escribe Muñoz Sánchez: la tendencia a vivir en “guetos” (2012: 39). En la película de Lazaga el contacto cultural con alemanes casi no existe porque los españoles no quieren salir de su mundo cerrado.

Tampoco se confirma la religiosidad de los emigrantes españoles. En Peralejos la Iglesia tiene mucho poder, pero el respeto a los curas es formal. El director lo afirma a través del tratamiento irónico de las prácticas eclesióásticas de la aldea. El sacristán Pepe, tocando las campanas, habla de la necesidad de crear el sindicato de sacristanes. La influencia de la Iglesia católica en la vida de Peralejos consiste en censurar los contenidos de programas televisivos: los hombres en el bar miran a mujeres semi-desnudas bailando en la tele y Pepe, dirigido por el cura, desconecta la electricidad de todo el pueblo en el momento más erótico (00:01:45). En Alemania, los españoles no van a misa los domingos, sino que se divierten de otros modos menos decentes, por ejemplo, tratando de ligar con las mujeres. En el Bar “Casa Baco”, que es otro gueto típicamente español, hay de todo: bailes y juegos españoles, comida auténtica y vino tinto, gaiteros, fútbol y fiestas, pero no hay ni una referencia a la Iglesia.

La película *Vente a Alemania, Pepe* también trata de un modo irónico el otro aspecto fundamental de la imagen mitológica del español en Alemania elogiado por el noticiario del NO-DO. Es la nostalgia por España. En la escena de la primera cena de Pepe en Múnich, el director crea la situación cómica que revela la conexión del amor por la patria con sabores gastronómicos: los españoles se olvidan de las buenas maneras y empiezan a devorar el jamón, los chorizos y el vino que ha traído Pepe; incluso

Don Emilio, con todo su escepticismo respecto al franquismo, no puede resistir el deseo de compartir la comida típicamente española. Como resultado, él se hunde en recuerdos tristes sobre el pasado.

Otro episodio que ilustra la maestría del uso de la ironía en temas nostálgicos es la escena de la Navidad que celebran Don Emilio y Pepe. Se han quedado solamente ellos dos en Alemania porque los demás se han ido. Pepe ve por la tele unos bailes tradicionales aragoneses y exclama: “Cuando ponían estos folclores en la tele del pueblo, los quitaban porque eran un rollo, y aquí se me está subiendo la bola [a la garganta]” (01:29:20). Él huye para comprar un billete a España y regresa a casa de una manera simbólica –en el autobús con actores de Aragón que había conocido en el bar “Casa Baco” (01:32:25). Sin embargo, su regreso no resulta completamente feliz. Pilar está embarazada, Pepe critica a Alemania y elogia a España, pero confiesa: “En cuanto bauticemos al niño, si la Pilar no se pone de manos, que se pondrá, yo me voy pa’llí para completar la vaquería” (01:32:31 - 01:33:36). Es decir, él habla como si le encantase su patria, pero como si le faltase algo para estar completamente satisfecho con su país.

En general, la ironía juega un papel fundamental en la construcción de la imagen de los españoles en toda la película. La ilustración más convincente de esta observación es Pepe, el protagonista del filme. Es un aldeano típico –maleducado, avaro, arrogante, pero, al mismo tiempo, optimista, lleno de alegría vital y amable. Es esta combinación de rasgos, su carácter contradictorio, lo que hace del personaje una imagen arquetípica del emigrante español.

La imagen de los alemanes se construye en *Vente a Alemania, Pepe* a través de la demostración del proceso de desengaño, también presentado irónicamente. La fuente de la información primaria sobre Alemania para los que viven en Peralejos son mitos contados por Angelino. Según él, Alemania “es como Lourdes, pero mecanizado” (00:06:00) porque produce milagros. Los alemanes saben multiplicar el rendimiento de la labor y el precio de la divisa nacional: “¿Qué vale una peseta? Una peseta. ¿Qué vale un marco? Veinte pesetas. Esta es la trampa que han inventado ellos” (00:06:16 - 00:06:26). Pilar, la novia de Pepe, duda de las mitologías de emigrantes. Ella dice que no hay razones para emigrar a Alemania, porque

España es un país de “pobres pero honrados” (00:10:48), aunque Pepe no la escucha.

Las imágenes de los alemanes sirven de fondo para las aventuras de emigrantes españoles. La gente en las calles es amistosa. El policía demuestra paciencia. El ritmo de trabajo simboliza los sonidos que indican las horas de turnos y que son inseparables elementos del paisaje urbano: golpes de reloj en las torres, sonidos del despertador, silbatos de fábricas, etc. En breves palabras, como en el NO-DO, la RFA es el país moderno y avanzado, y los alemanes son buenos maestros de la vida: ellos trabajan mucho y por esto son ricos, explica Angelino (00:20:10 - 00:20:15). El único grupo que llama especialmente la atención de los cineastas en la película es el de las mujeres alemanas. Pepe y sus amigos creen que es fácil ligar con ellas, porque en comparación con España, en Alemania hay “muchoa libertad en el mujerío”. El mito provoca situaciones cómicas.

Concluyendo la comparación del reportaje del NO-DO con *Vente a Alemania*, Pepe se puede constatar que los creadores de ambos productos audiovisuales construyen la misma imagen de los españoles, basada en el modelo tradicionalista de la identidad nacional de la época franquista. La imagen de los alemanes como maestros de la vida, que aparece en la comedia como fondo, es también estereotipada. Sin embargo, hay cambios en la forma de representar a las dos naciones en la comedia landista que se explican por transformaciones culturales en la sociedad española y en la conciencia de los españoles: el país, ya modernizado, sigue formalmente los postulados de la ideología franquista, pero en realidad no se los cree y en el aire se respira más próximo el camino hacia la democracia y la libertad.

El tren de la memoria (2005)

El tren de la memoria (Marta Arribas / Ana Pérez) es una película documental filmada en 2005, en un momento en que España ya había terminado la transición de la dictadura hacia la democracia y había sido miembro de la Unión Europea durante casi veinte años. Como resultado, el modelo cerrado de la identidad nacional española de los tiempos de Franco

estaba dejando paso a la idea de España como un país plurinacional, tolerante, abierto. La difusión del nuevo ideal de la nación se realizaba a través de la reevaluación crítica del pasado, especialmente de los episodios silenciados de la historia, entre los que las creadoras de la película incluyeron la emigración económica de los españoles a Alemania en los años 1960-1974.

Estas predisposiciones determinan las estrategias discursivas de la construcción de las imágenes de los españoles y de los alemanes en el documental *El tren de la memoria*: las creadoras del filme intentan desmitificar el cuadro falso de realidad dibujado en el noticiario del NO-DO y en *Vente a Alemania, Pepe*. Desde el punto de vista formal, la película es una grabación que incluye algunas voces de los testigos, de personas sencillas, de narradores-víctimas que vivían como emigrantes en Núremberg, además de los comentarios de los expertos.

Para dar a su investigación periodística más credibilidad, las directoras presentan un archivo impresionante de evidencias: fotos, fragmentos de vídeos filmados por los emigrantes y sus familias, episodios de las publicaciones propagandísticas (incluso el noticiario del NO-DO), cartas que comentan muy detalladamente todos estos aspectos de la existencia de los españoles en Alemania, etc. El enfoque polémico de las cineastas hacia el tema también se puede definir como marxista, porque su atención se centra en el análisis material del mito de la emigración española (Serrano 2012) y en los temas de la lucha de clase, la conciencia de los trabajadores (proletariado) y el papel del partido comunista en la movilización de los emigrantes en diferentes protestas contra el franquismo.

Al mismo tiempo, *El tren de la memoria* es una obra destacada del arte cinematográfico. El aspecto visual de la película está construido como un sistema de motivos recurrentes: caras, ojos que expresan congoja e incertidumbre, imágenes de trenes, de estaciones, de la madre minusválida de una de las narradoras y, sobre todo, de los paisajes urbanos de Núremberg, que surgen en un ritmo regular para producir una atmósfera triste. Las directoras usan el montaje paralelo de las imágenes de los mismos sitios o de las mismas situaciones filmadas en la década de 1960 y a principios del siglo XXI (el viajero mira por la ventana del tren). No se puede olvidar que la banda sonora está compuesta por sonidos de la calle, de

fábricas, de música popular y de canciones de Pablo Guerrero (“A cántaros”, “A tapar la calle” y “Emigrante”).

Lo primero que distingue el documental *El tren de la memoria* de otros productos audiovisuales anteriores dedicados al tema es que en este filme la imagen de los alemanes tiene mucha más importancia que la de los mismos españoles. Además, el enfoque de la representación de Alemania es más crítico. Las tres narradoras principales son representantes de la España tradicional: católica, pobre, rural, con familias patriarcales numerosas; ellas son prácticamente del mismo mundo en que vive Pepe. Las tres vinieron a Alemania siendo muy jóvenes (a la edad de 18 años) y no eran capaces de solucionar aquellos problemas a los que se enfrentaban. En el tren que llevaba a los españoles a Alemania –cuenta una de las señoras– viajaban treinta mujeres como ella: “Ninguna de nosotras había salido de nuestros pueblos, nunca” (00:08:10).

La imagen del tren, que dio título al filme, es símbolo de la ruptura con España, de la experiencia triste y dolorosa: “Todas las semanas entre 1960 y 1973 una media de 800 españoles salieron de sus casas con un contrato firmado bajo el brazo y tomaron el tren con destino a Alemania” (Muñoz Sánchez 2012: 28). Para los emigrantes, llenos de miedos y angustias, el encuentro con Alemania resultó un choque profundo; y los alemanes desde el principio les parecieron gente enemiga, demasiado pragmática y cruel, una nación de capitalistas despiadados.

Las metáforas que usan las narradoras en sus memorias confirman esta observación. La Narradora 3 testimonia: “Nos trataban como a gente sucia, diferente” (00:15:20). Cuando los emigrantes cruzaban la frontera, les ponían cartones con los números atrás y delante. “No éramos nombres, sino que éramos números”, comenta la Narradora 2. Ella concluye: “son los mismos números que ponía mi padre en los sacos de patatas... Y nosotros no somos sacos de patatas” (00:16:00 - 00:16:10). En las palabras de las mujeres se siente una humillación aguda: una de las narradoras compara a los españoles con las víctimas del Holocausto. De tal modo, Alemania está representada como heredera del Tercer Reich: “Éramos como las ovejas. Lo mismo que los judíos” (00:15:55).

El motivo de la humillación se repite en los testimonios sobre las condiciones de las viviendas, que en realidad no tenían nada que ver ni con las residencias del NO-DO ni con la pensión de Frau Müller. Los españoles

vivían en barracas prototipo de campo de concentración (00:24:05). Alberto Torga, párroco español en Núremberg, informa de que a los emigrantes los colocaban en barracones (00:24:25) situados cerca de la fábrica, en habitaciones con cuatro camas estrechas, un armario metálico para meter la ropa, una cocina compartida por todos, sin calefacción y con la ducha a campo libre.

Más detalles de las viviendas de emigrantes ofrece una pareja española que se quedó a vivir en Alemania para siempre. Cuando llegaron a Núremberg, ellos vivían en una barraca que se había usado como establo de caballos y después, cuando los seres humanos se fueron, fue convertida en un centro para animales abandonados. De tal modo, la historia de los habitantes de la barraca es así: “Animales – personas – animales” (00:27:50).

En general, los emigrantes españoles en sus memorias ven a los alemanes como explotadores pragmáticos. Los jóvenes rurales debían funcionar como autómatas en fábricas de textil, de coches, en grandes almacenes tipo *Quelle*. Lo que los mataba era el ritmo de trabajo: ellos tenían que ir al mismo paso que las máquinas. La Narradora 3 se queja de “un manejo bárbaro” (00:35:25). Muchos tenían problemas de salud. Vivían una vida poco diferente de los siervos de la gleba: el permiso de estancia estaba ligado a un permiso de trabajo y el permiso de trabajo estaba ligado a una empresa; además, los emigrantes tenían que renovar el permiso de estancia cada año. Según las palabras de la Narradora 2, los españoles emigrantes se encontraban en “un mundo fantástico donde todo estaba prohibido” (00:37:10). No podían disfrutar de la hermosura y riqueza cultural de Núremberg porque todo el tiempo lo pasaban en sus residencias o en las barracas y en la fábrica: “dormir y volver a trabajar” (00:38:30).

Además de las malas condiciones de vida y de la explotación, los emigrantes españoles dan testimonios del espíritu xenófobo de la sociedad alemana de aquella época. Los episodios de la fraternidad entre los españoles y los alemanes del noticiario del NO-DO en la película *El tren de la memoria* se exponen como otra gran mentira. Hedi Stroinski, trabajadora social, comunica que las relaciones estrechas entre representantes de las dos naciones eran imposibles porque los españoles vivían apartados en sus residencias, trabajaban duro en las fábricas y no tenían acceso a la sociedad alemana (00:42:00 - 00:42:10). Les quedaban solamente las estaciones y las plazas para reunirse con sus compatriotas.

La Narradora 3 recuerda que “los alemanes [...] hablaban a todos los extranjeros como a los indios. Tú – hacer, tú – mirar, tú – comprar” (00:32:50 - 00:33:00) y acompañaban la palabra “extranjero” con un gesto que significaba que los españoles olían mal. Hedi Stroinski comenta el trato que los alemanes daban a los emigrantes extranjeros del modo siguiente: “A muchos emigrantes se les llamaba [...] ‘trabajador extranjero!’ en el sentido de ‘ajeno’, de ‘extraño’” (00:41:10 - 00:41:22). Los hombres españoles se veían además como una amenaza para las mujeres alemanas porque eran solteros y eran muchos. Un obrero español entrevistado dice que los alemanes buscaban pretextos para entrar en conflicto y para iniciar peleas, insultaban a los españoles, los cuales, para protegerse, siempre andaban por la ciudad en grupos.

Sin embargo, la imagen del Otro alemán dibujada en la película documental tiene algunos rasgos más atractivos, y no solamente negativos. “El capitalista cruel” resulta ser, como en el noticiario del NO-DO y en *Vente a Alemania, Pepe*, un maestro para la vida y un factor de modernización y de europeización para los españoles. Además de este motivo, *El tren de la memoria* comunica que los emigrantes españoles aprendieron no solamente a trabajar bien, sino a ser independientes, a apreciar la libertad de la sociedad alemana, que no tenían en España, y a imitar a los obreros alemanes en la lucha por sus derechos. Este tipo de información no se podía mencionar por razón de censura en los filmes anteriores.

Insatisfechos con las condiciones laborales y los accidentes en las fábricas, los emigrantes españoles creaban sus sindicatos y comités de todo tipo, lo que supuso el crecimiento rápido de la conciencia de clase: “La vida en la RFA fue para la inmensa mayoría de los emigrantes españoles una escuela de democracia” (Muñoz Sánchez 2012: 37). La estrategia produjo sus resultados: “Nos construyeron una residencia para seres humanos, no carne de cañón” (01:05:36). Los españoles se solidarizaban con manifestaciones europeas, sobre todo en 1968; al mismo tiempo, los alemanes les apoyaban en sus protestas públicas contra el régimen franquista. La Narradora 2, hablando de la reacción de los alemanes a los fusilamientos de 1975, subraya: “El pueblo alemán tomó conciencia de que en España no estaba todo bien” (01:09:28).

No se puede olvidar que los españoles se integraban gradualmente en la cultura alemana y aprendían la lengua progresivamente. Gracias a las

relaciones íntimas, amistades, matrimonios con alemanes, los emigrantes descubrieron que las leyes humanas significan más que las leyes políticas y económicas (01:03:45). Es decir, ellos progresivamente fueron percibiendo al pueblo alemán no como una masa homogénea estereotipada, sino como una nación que se nutría de individuos que podían ser buenos o malos, como en España.

A pesar de la orientación crítica, la imagen de los españoles creada en el filme *El tren de la memoria* tiene rasgos comunes con Pepe y sus amigos, por supuesto, sin elementos cómicos previstos por el género de la comedia. A los personajes del documental les importan las mismas cosas: trabajar y ahorrar. Ellos, como Angelino, regresan a sus pueblecitos en coches alquilados para jactarse de sus éxitos y para difundir los mitos sobre la emigración. Ellos son buenos católicos. Sin embargo, también la película documental llama la atención sobre algunas peculiaridades. Ante todo, el filme se distingue por el tono emocional de las memorias. Son productos de la nostalgia, pero contienen el sabor amargo del drama o, en muchos casos, de la tragedia.

Los españoles pagaron un precio demasiado alto para convertirse en europeos. La transformación personal de los emigrantes españoles es tan profunda que ha cambiado su identidad. De todos los narradores entrevistados en la película solamente una mujer (Narradora 1) volvió a España después de la crisis del petróleo de 1973, cuando el Gobierno alemán prohibió que la Administración contratara más mano de obra. Los demás se quedaron en Alemania. Hasta cierto punto es posible hablar de la identidad desdoblada o híbrida. Uno de los narradores resumió así el fenómeno: “La primera generación de [emigrantes – O.P.] es la generación de los cuerpos partidos. Tienen la cabeza allí y los pensamientos aquí, el cuerpo allí y el corazón un poco aquí” (01:17:45 - 01:18:10). Del mismo sentimiento habla la Narradora 3. Ella quiere regresar a España con su madre minusválida y confiesa: “Una parte mía se queda en Alemania y otra se va”; “Voy a echar de menos Núremberg como si fuera mi ciudad” (01:21:03).

No sería exagerado constatar que la película *El tren de la memoria* construye la imagen de los emigrantes españoles como víctimas de la modernización de España, engañados por el régimen franquista, explotados por Alemania y rechazados por sus familiares. Con dolor describe su regreso a la patria la Narradora 1. Ella volvió a su tierra natal deprimida

después de siete operaciones, y lo más traumático para ella fue comprobar el hecho de que los familiares y los vecinos que no habían emigrado no querían apreciar el sacrificio que habían hecho por sus familias y no entendían lo dura que era la vida de los emigrantes (01:18:50 - 01:19:03). La misma conclusión confirma la Narradora 2, su amiga: “Es cierto que mucha gente muere aquí [en Alemania – O.P.] totalmente aislada y ha perdido los contactos con sus familias precisamente por eso, porque no han tenido éxito” (01:19:25 - 01:19:41). De tal modo, *El tren de la memoria* es la versión más desesperada de la historia de la emigración económica española a Alemania en 1960-1974.

Cómo hemos cambiado (2010) y Perdiendo el norte (2015)

La cultura audiovisual española actual también trata el tema de la emigración económica española a Alemania en los años 1960-70. Sin embargo, el nuevo contexto histórico-cultural una vez más se refleja en las prácticas discursivas del tratamiento del tema: España misma se ha convertido en tierra que recibe flujos de emigrantes de todas las partes del mundo, mientras los españoles siguen saliendo de su patria, incluso a Alemania, y migran dentro del país buscando una vida mejor. Ser emigrante es un hecho universal en el mundo globalizado y la experiencia emigratoria contribuye a la formación de la identidad nacional española como un fenómeno abierto e incluyente.

Desde estas posturas ideológicas se considera el fenómeno de la emigración económica española a Alemania en los años 1960-1974 en el programa televisivo de RTVE de 2010 *Cómo hemos cambiado. Emigrantes* (Anna Solana / Isabel Tojo). Es un producto audiovisual inspirado en la idea de la xenofilia, la ética de hospitalidad que educa a los españoles a ayudar a los extranjeros-emigrantes, porque los españoles también eran y siguen siendo emigrantes. Además, el tema de la emigración se inscribe en las políticas de apoyo del turismo en España. La emigración económica a Alemania en los años 1960-1974 ocupa un lugar bastante importante en el programa y se analiza en el contexto más amplio de la experiencia emigratoria de los españoles y de representantes de otras naciones que llegan a Alemania en la segunda mitad del siglo XX y los principios del siglo XXI.

La imagen de los emigrantes españoles en Alemania durante el periodo estudiado está construida no como un caso único, sino como una manifestación de una tendencia universal. Todos tienen que enfrentarse a los mismos desafíos: buscar trabajo y vivienda, sufrir la ruptura con la familia y la patria. Para subrayar esta idea, las creadoras del filme usan el montaje anacrónico mezclando cuadros de los emigrantes de todos los tiempos y de todas las tierras. Los alemanes de los años 1960-70 son, como en otros productos audiovisuales, maestros de la vida. Sin embargo, las creadoras del programa afirman que ellos no se distinguen a este respecto de otros maestros, de otras naciones que explotan a emigrantes.

Otra forma de inscribir la emigración económica española a Alemania en 1960-1974 en el contexto global la encontramos en la comedia *Perdiendo el norte* (2015) de Nacho G. Velilla. La película cuenta la historia de Braulio y Hugo, dos jóvenes españoles con títulos universitarios, que, en la época actual, han emigrado a Berlín engañados por la publicidad televisiva, del mismo modo que sus abuelos habían creído en el noticiario del NO-DO y la propaganda franquista. La incapacidad de saber aprender de los errores de sus antepasados es el motivo fundamental en la construcción de las imágenes de los emigrantes españoles en este filme.

Entre los personajes actúa un anciano que se llama Andrés, emigrante de la primera ola. Él trata a los dos recién llegados como si ellos fueran unos chicos mimados y cuenta su historia: “Llegué aquí en el tren, vivía en un barracón, trabajaba 12 horas en una fábrica” (00:15:23). La imagen de Andrés simboliza la dramática ruptura entre las generaciones causada por la emigración. Nostálgicamente canta jotas aragonesas, sufre por la soledad y padece de Alzheimer. El tiempo se ha parado en su piso porque Andrés sigue viviendo del pasado, rodeado con los objetos de los años 60 y 70. No se comunica con su hija que quiere llevarlo a un geriátrico porque piensa que nunca se adaptaría a la España modernizada. Andrés acusa a sus compatriotas de que con la experiencia de la emigración los españoles no han aprendido nada: el que olvida su historia está condenado a revivirla. La memoria es lo más importante (00:37:58 - 00:40:24), dice él.

La confirmación de las palabras de Andrés es el retorno de las mentiras emigratorias en que vive la nueva generación de emigrantes españoles en Alemania: los jóvenes construyen el simulacro de la oficina para jactarse de su éxito en Berlín; como Angelino y muchos emigrantes de los sesenta

mentían a sus familiares cuando regresaban a sus pueblecitos en Mercedes alquilados y cargados con regalos para impresionar a sus compatriotas.

Es importante subrayar que en la comedia *Perdiendo el Norte*, como en *Vente a Alemania, Pepe*, la imagen de los alemanes y Alemania una vez más sirve de fondo y casi no está desarrollada con entidad propia. El público puede ver algunos episodios breves en los que los jóvenes españoles, a pesar de sus títulos universitarios, hablan con empresarios alemanes, pero no pueden conseguir trabajo porque no dominan el idioma. El personaje alemán más real de la película es la ciudad de Berlín con sus vistas turísticas maravillosas. Es curioso que Hugo y Braulio se ganen la vida trabajando en el restaurante de un turco. Para ellos ese otro emigrante de procedencia musulmana es el verdadero maestro de la vida en Alemania.

Las aventuras de los españoles y de sus amigos tienen un final feliz: las rupturas generacionales y culturales, la soledad, provocada por la separación de la patria, se superan mediante la solidaridad de emigrantes de todo el mundo y de todas las edades. Los jóvenes ayudan a Andrés a reestablecer el contacto con su hija, y el anciano regresa a España. Hakar reconoce a su hijo, aunque su padre biológico es Braulio. Hugo se casa con Carla, otra emigrante española, pero para hacerlo debe armarse de valor y despedirse de la novia rica pero no amada que le espera en su patria. La moraleja de la película es que para conseguir el éxito personal cada personaje tiene que cambiar su conciencia y aprender a vivir “perdiendo el norte”, es decir, no tomar su situación vital como una tragedia que lo persigue solamente a él o a ella. El ser humano debe conocerse y aceptarse a sí mismo en el contexto global para superar la enajenación.

Conclusión

Los productos audiovisuales del cine y de la televisión dedicados al tema de la emigración económica española a Alemania en 1960-1974 contienen una amplia variedad de estrategias para la construcción de la imagen de los españoles y de los alemanes, que en su conjunto constituyen la ilustración diacrónica de los modelos de la identidad nacional de España durante la segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI. Al mismo tiempo,

estos modelos reflejan el dramatismo de la existencia del individuo sacado de su medio ambiente habitual y obligado a ajustarse a la experiencia de lo desconocido.

Los cambios de la conciencia de la propia identidad están presentados como un proceso contradictorio. Por un lado, cada nueva generación interpreta la historia de los emigrantes españoles en Alemania en los años 1960-1974 a su propio modo, de conformidad con la visión de España que domina en cada época concreta. Por el otro, los filmes y los programas televisivos más recientes demuestran que el proceso a través del cual se borran las fronteras mentales no es fácil. Los alemanes y los españoles siguen perteneciendo a mundos distintos a pesar de toda la ética de hospitalidad hoy imperante: unos son siempre maestros y otros son alumnos en la escuela de vida moderna. En el lugar de los obstáculos borrados surgen las nuevas rupturas: entre los trabajadores en el extranjero y sus familiares, entre padres e hijos, entre emigrantes cristianos y musulmanes, entre Europa y África o América Latina. Así es la dialéctica de la modernización y de la globalización que el arte audiovisual popular español ha aprendido a revelar en toda su complejidad.

Bibliografía

- Esteban Zuriaga, María José (2012). “Cine, educación y emigración. *Vente a Alemania, Pepe* y la emigración española de los años sesenta”. En: *Ecléctica*, 1, 122-125.
- Granado Vecino, Conrado (2015). *Y los españoles emigraron. Una mirada actual a la emigración española*. Guadalajara: Silente.
- IC (2014): “One way ticket to London: vente ‘pa’ Londres, Pepe (documental)”. En: *El Blog Salmón*, 31 de mayo. Disponible en: <https://www.elblogsalmon.com/mundo-laboral/one-way-ticket-to-london-vente-pa-londres-pepe-documental> [consultado 23.09.2019].
- Junkerjürgen, Ralf / Sánchez Rodríguez, Julia / Bonachera Álvarez, Trinidad / Pöppel, Hubert, eds. (2015). *¿Te has venido a Alemania, Pepe? Relatos de nuevos inmigrantes españoles*. Gijón: CICEES.

- Muñoz Sánchez, Antonio (2012). “Una introducción a la historia de la emigración española en la República Federal de Alemania (1960-1980)”. En: *Iberoamericana*, 12, 46, 23-42.
- Pérez Gras, María Laura (2016). “Imagología. La evolución de la disciplina y sus posibles aportes a los estudios literarios actuales”. En: *Enfoques: revista de la Universidad Adventista del Plata*, 28, 1, 9-38.
- Rodgers, Eamonn (2001). “Francoist Culture”. En: Rodgers, Eamonn, ed. *Encyclopedia of Contemporary Spanish Culture*. London / New York: Routledge, 206.
- Serrano, Javier (2012). “*El tren de la memoria*, los mitos de la emigración española”. En: *La República Cultural*, 23 de febrero. Disponible en: <https://larepublicacultural.es/article5409> [consultado 23.09.2019].
- Schuster, Sven (2014). “A manera de prólogo”. En: Schuster, Sven, ed. *La nación expuesta. Cultura visual y formación de la Nación en América Latina*. Bogotá: Editorial Universidad de Rosario, 3-8.
- Zabaleta, Alejandro (2011). “Y Pepe cogió su maleta”. En: *La Provincia. Diario de las Palmas*, 6 de febrero. Disponible en: <https://www.laprovincia.es/sociedad/2011/02/07/pepe-cogio-maleta/351693.html> [consultado 23.09.2019].

Filmografía

- Cómo hemos cambiado. Emigrantes*. España: 2010. Duración: 30 minutos. Dirección: Anna Solana / Isabel Tojo. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/como-hemos-cambiado/como-hemos-cambiado-emigrantes/949861/> [consultado 23.09.2019].
- Historia de nuestro cine. Vente a Alemania, Pepe*. España: 2008. Duración: 8 minutos. Dirección: Francisco Quintanar. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/historia-de-nuestro-cine/historia-nuestro-cine-vente-alemania-pepe-presentacion/4681684/> [consultado 23.09.2019].
- Imágenes. Trabajadores españoles en Alemania*. España / Alemania: 1963. Duración: 11 minutos. Dirección: Christian Anwander. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/revista-imagenes/trabajadores-espanoles-alemania/2852857/> [consultado 23.09.2019].

- One way ticket to London*. Reino Unido: 2014. Duración: 27 minutos.
Dirección: Borja Calvín / Clàudia Mateus.
- Perdiendo el norte*. España: 2015. Duración: 102 minutos. Dirección: Nacho G. Velilla.
- El tren de la memoria*. España: 2005. Duración: 85 minutos. Dirección: Marta Arribas / Ana Pérez. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=HGdjSvdNo2I> [consultado 23.09.2019].
- Vente a Alemania, Pepe*. España: 1971. Duración: 95 minutos. Dirección: Pedro Lazaga.
- Y los españoles emigraron. Una mirada actual a la emigración española*. España: 2015. Duración: 90 minutos. Ponencia de Conrado Granado Vecino en la Universidad Popular Carmen de Michelena de Tres Cantos. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=NXXk6fVCEew> [consultado 23.09.2019].

Sobre el autor: Oleksandr Pronkevich, Dr. Prof., director del Instituto de Letras de la Universidad Nacional del Mar Negro Petro Mohyla (Mykolayiv, Ucrania). Sus principales intereses de investigación son la historia de la literatura española, el cine español, la teoría de literatura; autor de más de 150 artículos académicos y nueve libros, entre ellos: Jorge Latorre / Antonio Martínez / Oleksandr Pronkevich, eds. (2015). *El telón rasgado. El Quijote como puente cultural con el mundo soviético y postsoviético*. Pamplona: EUNSA.