

Los estereotipos nacionales como resorte de dos comedias comerciales: *Guten tag*, *Ramón* y *Perdiendo el Norte*

*National stereotypes as means in two
commercial comedies: Guten tag, Ramón
and Perdiendo el Norte*

VERONIQUE PUGIBET USSEL¹

<https://orcid.org/0000-0001-8988-0363>

El cine participa de la divulgación de los estereotipos nacionales que forjan parte de nuestra percepción de la alteridad. *Guten tag, Ramón* (Ramírez-Suárez, 2014) y *Perdiendo el Norte* (Velilla, 2015) son dos comedias populares, mexicana la primera y española la segunda, que relatan distintos casos de migración a Alemania, brindando diversos estereotipos de este país y sus habitantes con diferentes fines.

PALABRAS CLAVE: estereotipos nacionales, comedias taquilleras, migraciones, alteridad, comicidad.

Cinema participates in the spreading of national stereotypes that shape part of our perception of the otherness. Guten tag, Ramón (Ramírez-Suárez, 2014) and Perdiendo el Norte (Velilla, 2015) are two popular comedies, Mexican for the first one and Spanish for the second, which narrate different cases of migration to Germany, providing various stereotypes of this country and its inhabitants with diverse purposes.

KEYWORDS: national stereotypes, box-office comedies, migrations, otherness, comicality.

¹ Université-Sorbonne, Francia.

Correo electrónico: v.pugibet@orange.fr

Fecha de recepción: 18/09/17. Aceptación: 23/11/17. Publicado: 06/03/18.

INTRODUCCIÓN

La producción cinematográfica sobre la acogida en España de migrantes económicos o exiliados políticos (Elena, 2005), o sobre españoles emigrados económicos (recientemente más centrada en la de los jóvenes), así como películas sobre las migraciones de latinoamericanos a Estados Unidos, últimamente más focalizado en los indocumentados (García & Petrich, 2012) son abundantes desde hace tiempo.

Estas creaciones son el reflejo de una realidad que los cineastas interpretan para dar testimonio, denunciar, contar. Clot y Aguilar Pérez (2012) consideran justamente:

Estas obras cinematográficas como documentos audiovisuales que abordan la realidad, a través de un lenguaje propio y con exigencias de objetividad diferentes a las de las ciencias sociales. Si bien el cine es un medio que contribuye a la difusión de ideas, también tiene una lógica comercial y de entretenimiento (p. 2).

A través de este medio aspiramos a estudiar cómo se percibe la identidad nacional ajena y qué visión “truncada” de la realidad, en este caso alemana, ofrecen las películas que analizaremos de manera clínica y comparativa. Para eso, hemos seleccionado dos películas de ficción representativas del fenómeno de la migración joven a Alemania con un gran éxito comercial, como lo veremos a continuación. En efecto *Guten Tag, Ramón* (Ramírez-Suárez, 2014) y *Perdiendo el Norte* (Velilla, 2015) ofrecen una mirada peculiar sobre Alemania, desde un doble enfoque, mexicano y español, mediante estereotipos nacionales que pretenden provocar la hilaridad del espectador con tal de entretenerlo.

MARCO TEÓRICO

Es de recordar que los estereotipos suelen constituir el resorte de muchas comedias entre las cuales las que nos proponemos estudiar. Según Bardin, el estereotipo es:

Una composición semántica a la medida, generalmente muy concreta y visual, organizada en torno a algunos elementos simbólicos sencillos, (que viene a sustituir u orientar la información objetiva o la percepción real. Estructura cognitiva adquirida y no innata (sometida a la influencia del medio cultural, de la experiencia personal, de instancias de influencias privilegiadas como las comunicaciones de masa), el estereotipo hunde sus raíces en el afecto y lo emocional ya que está relacionado con el prejuicio que racionaliza y justifica o engendra (1980, p. 51).

En fin, es la imagen que surge espontáneamente al hablar de determinado grupo, de individuos o situaciones. Esta asociación automática sustituye la información objetiva, poco importa si refleja la verdad o no. En efecto no se puede averiguar su fuente. Se propagan mediante los medios de comunicación que, o bien refuerzan los estereotipos pre-existentes, o bien pueden engendrar unos nuevos encasillando al otro. Por otra parte, evolucionan más lentamente que los modelos que pretenden representar ya que “una vez cristalizados, los estereotipos –y los juicios que constituyen sus facetas– tienden a perdurar principalmente por el conducto de palabras clave y de eslóganes” (Maisonneuve, 1973, p. 134); solo acontecimientos políticos y económicos de gran impacto pueden llevar a su transformación.

Ahora bien, si aplicamos esta definición al estereotipo nacional, cabe recalcar la estrecha relación entre “estereotipo” e “identidad nacional” (Galeote, 2016, p. 12). Se distinguen los autoestereotipos, la imagen que nos hacemos de nuestro grupo nacional (Nosotros), a diferencia de los heteroestereotipos, la representación que tenemos de otros grupos nacionales (Ellos). Toman la forma de una generalización reductora pues se aplican con una amplia extensión a los miembros de determinado grupo nacional privilegiando una dimensión espectacular y folclórica de las tradiciones ajenas. También incluyen las opiniones o los juicios que se derivan sobre el carácter y costumbres de los alemanes, mexicanos, españoles, etc. Resultan ser una construcción mental desde la cual uno percibe el mundo como siendo la única verdad sin ningún matiz. De manera que filtran nuestra percepción de lo real, de la alteridad y favorecen una exageración de las diferencias respecto de la percepción del otro.

Se presentan a menudo bajo la asociación automática entre un grupo nacional y ciertos atributos simbólicos: lugares y monumentos (el muro de Berlín, Madrid, Teotihuacán ...), comida típica (paella, tacos, salchichas, cerveza ...), gente famosa (Angela Merkel, Francisco de Goya, Emiliano Zapata), elementos emblemáticos (Volkswagen, mariachis, fiesta ...), etc. Algunos heteroestereotipos son más borrosos que otros por la distancia física, cultural o política, a pesar de los medios de comunicación. También se ha comprobado que las percepciones de los estereotipos pueden variar más en el seno de una misma nación que entre naciones (Thomas, 1978, p. 42). Estas divergencias se explican por el “habitus” de clase (Bourdieu & Passeron, 1970), los grupos de edades, el nivel académico, etc. El autoestereotipo permite salvaguardar la especificidad del grupo nacional, mientras que el heteroestereotipo suele justificar determinado comportamiento hacia cierto grupo o nación. Villaverde considera así que “en los momentos de crisis emergen y sirven como aglutinadores sociales que permiten crear consensos y tomar medidas excepcionales” (2016, p. 34.).

Ahora bien, ¿qué papel cumplen los estereotipos nacionales (auto y hetero) en nuestras narraciones fílmicas? La comparación de estos dos films que ofrecen heteroestereotipos de Alemania y sus habitantes ha de permitir ver si son similares o si se observan diferencias notables. ¿La cercanía de las culturas latinas, los medios de comunicación favorecen acaso el mismo heteroestereotipo? ¿La distancia geográfica y social marcará al contrario una zanja en estas representaciones?

SINOPSIS DE DOS COMEDIAS

Guten tag, Ramón relata la odisea de un joven norteño quien ha fracasado en sus cinco intentos de cruzar la frontera. A su familia le urge que emigre para que pueda apoyarlos económicamente. Un amigo le menciona el caso de su tía, casada en Alemania y a quien le va muy bien. De un día para otro deja su rancho y se va a Alemania en búsqueda de la tía. Todo se le complicará al no encontrarla, al ser robado y al no hablar alemán. Indocumentado y sin dinero, tendrá que ingeniárselas para sobrevivir en un país cuya lengua y cultura desconoce. Pero gracias a un

encuentro casual con Ruth, una alemana jubilada, logrará salir adelante estableciendo con ella una sincera amistad.

Lejos del dramatismo del documental *En tierra extraña* (Icía Boilaín, 2014) o de *Hermosa juventud* (Jaime Rosales, 2014), *Perdiendo el Norte* aborda el tema de la migración de los jóvenes españoles de manera humorística. Hugo y Braulio optan por abandonar su país ya que no les proporciona un futuro profesional a la altura de sus expectativas y de su alta formación académica. Un programa televisivo los incentiva a ir a Alemania, especie de El Dorado donde al parecer sí hay trabajo para los españoles. Llegan a Berlín seguros de encontrar “lo merecido” de un día para otro. Pero la realidad será otra y descubrirán que no son los únicos en aspirar a un trabajo cuando se topen con otros compatriotas de varios estilos y generaciones.

Tras esta breve presentación, cabe relacionar el éxito de estas dos películas con el triunfo de comedias recientes y muy taquilleras que estriban justamente en estereotipos nacionales e incluso autoestereotipos (regionales, culturales, étnicos, etc.). Citemos el triunfo en Francia de *Bienvenidos al Norte* (Boon, 2008) y *Dios mío, pero ¿qué te hemos hecho?*, (De Chauveron, 2014). Por su parte *Ocho apellidos vascos* (Martínez-Lázaro, 2014), tercera película europea más taquillera con 9 322 010 entradas vendidas, ha superado todos los récords de taquillas de una película española. En el 2015, según Berrendo Pérez, Serrano Fernández y Encinas Puebla (2016, p. 53): “El ranking acumulado de estrenos iberoamericanos de 2015 estuvo liderado por la película española *Ocho apellidos catalanes* (Martínez-Lázaro, 2015), con un total de 5.1 millones de espectadores”,² recaudando USD \$35 623 888. Finalmente, en 2016 consideran Berrendo et al. que: “En cuanto al ranking de estrenos nacionales, ... hay que mencionar la presencia en tercer lugar de *Perdiendo el norte* (Nacho G. Velilla), con 1.6 millones de espectadores”³ situándose detrás de *Dios mío, pero ¿qué te hemos hecho?* la cual superó los 15 millones de entradas. Son pues, comedias que han tenido un gran éxito comercial, no obstante, no cuentan con

² Con un costo global de producción de USD \$7 006 070.00 (p. 245).

³ Recaudando USD \$11 538 769.00, con un costo global de producción de \$4 541 950.00 dólares (p. 245).

nominaciones en festivales, lo cual señala una zanja entre el cine de autor y el cine comercial.

García (2015) ha calificado *Perdiendo el norte* de “comedia costumbrista” de enredo, que supo sacar provecho de estos antagonismos regionales, nacionales, norte/sur. El reparto muy coral de esta comedia humorística cuya distribución es excepcional,⁴ participa de su éxito ya que el público los conoce sobremedida a todos, sea por la televisión, sea por el cine. Según Brunet (2015) es un “casting nutrido de nombres relevantes tanto para la audiencia masiva –Carmen Machi, Javier Cámara–, para los jóvenes –Yon González, Blanca Suárez–, y el sector tanto cine ílo como adulto –José Sacristán–” (s.p.). Para García (2015), Velilla ha desarrollado:

Dos estrategias aprendidas de las producciones para televisión: La primera es el *multitarget*, ese enfoque mediante el cual las películas se proyectan para que todos se identifiquen con ellas, desde tu abuelo hasta tu hermano pequeño. Y, la segunda, la presencia de caras conocidas: esta película tiene muchas, empezando por Javier Cámara y Carmen Machi (s.p.).

En cuanto a *Guten tag, Ramón* su tonalidad es más dramática, sin embargo, el espectador se ríe en varias oportunidades. No consta de actores tan famosos⁵ como *Perdiendo el Norte*, pero sí tiene rasgos de comedia comercial. Es sencilla, modesta y lenta (dos horas con poca acción) y una actuación sincera. La coproducción mexico-alemana fue vista en México por más de un millón de personas y se proyectó en 250

⁴ Reparto: Yon González (Hugo), Blanca Suárez (Carla), Julián López (Braulio), Úrsula Corberó (Nadia), Miki Esparbé (Rafa), Malena Alterio (Marisol), Arantxa Aranguen (Juana), Elena Rivera (Nuria), Younes Bachir (Hakan), Javier Cámara (Próspero), Carmen Machi (Benigna), José Sacristán (Andrés).

⁵ Reparto: Kristyan Ferrer (Ramón), Ingeborg Schöner (Ruth), Adriana Bararaza (Esperanza), Arcelia Ramírez (Rosa), Rüdiger Evers (Karl), Hector Kotsifakis (Güero).

salas de cine. En Estados Unidos ha gozado de un éxito similar.⁶ Señala Lira Hartmann (2015) que, en Alemania:

La cinta se estrenó el 5 de febrero (del 2013), se distribuyó en 52 salas de cine alemanas y continúa en exhibición, algo sin precedente para el cine mexicano en este país, ya que la proyección de producciones mexicanas aquí suele concentrarse en alguno de los muchos festivales de cine que se llevan a cabo durante el año (s.p.).

Por otra parte, en el año 2015, *Guten tag, Ramón* estuvo nominada a seis categorías principales para los premios Ariel, o sea que ha gozado de un reconocimiento innegable que justifica también plenamente que nos planteemos el porqué de su éxito.

LOS PUNTOS EN COMÚN

A raíz de una comparación entre las dos películas, aparece claramente que ambas comparten una serie de clichés y elementos que favorecen la risa mediante unas figuras características (repetición, inversión e interferencia de series) así como la comicidad de los gestos señaladas por Bergson (1900).

La emigración forzada

En ambos casos, la crisis económica actual sufrida por sus respectivos países con consecuencias directas sobre los protagonistas, conforma el elemento común inicial de la narración fílmica. Las comedias reflejan claramente esta realidad.

Recordemos que España superó el récord europeo de emigrantes (400 400 en el 2014) y por otra parte, como lo señala Gómez (2013):

⁶ Estados Unidos es una referencia en ese caso particular no solamente en materia de cine, sino también porque cuenta con una amplia población mexicana preocupada por problemas similares (migración, integración, etc.).

El importante aumento de la emigración española es llamativo. Hay que remontarse hasta 1973, cuando la crisis del petróleo llevó a Alemania a cancelar los convenios de migración que tenía suscritos, para encontrar cifras similares. No obstante, los casi 30 000 inmigrantes españoles en Alemania, entre los que también puede haber extranjeros con permiso de residencia español, no alcanzan el de los años de la emigración masiva de la dictadura. La salida de trabajadores españoles hacia Alemania fue muy importante desde que en 1960 se firmó el convenio entre el Gobierno de Franco y Berlín. Ya en ese año hubo 31 145 españoles. El pico se alcanzó en 1965 con 82 324 ... Hoy, el grueso de los emigrantes de otros países llegados a Alemania proviene del este de Europa ... A pesar de estos incrementos, el principal emisor de inmigración de la Unión Europea hacia Alemania es Polonia (s.p.).

La comedia *¡Vente a Alemania, Pepe!* (Lazaga, 1971) refleja aquella época cuando migrar era la única salida para muchos, quienes al igual que en *Perdiendo el Norte* engañarían a los suyos con tal de no traicionar las expectativas de sus respectivas familias. Cabe notar que José Sacristán trabajó precisamente en esa comedia.

En cuanto a la emigración mexicana, el Instituto de los Mexicanos en el Exterior registra que “11 913 989 mexicanos viven fuera de México; el 97.79% radica en los Estados Unidos de América”. Pero a diferencia de esta emigración, apenas unos 14 204 mexicanos residen en Alemania y es una población muy instruida.

De ahí que el personaje de Ramón sea un caso aparte: corresponde al típico migrante en Estados Unidos, pero trasladado a Alemania, donde no va a poder contar con la ayuda de otros paisanos.

Ambas películas ofrecen por lo tanto representaciones perfectamente identificables de los emigrados (auto y hetero), lo que permite hacer reír a como dé lugar. Este posible “reconocimiento” mediante el autoestereotipo es fundamental, ya que el espectador se puede identificar con los personajes por sus modales, su lenguaje, su forma de ser, etc. Quizás sea más “elaborada” la representación caricaturesca de los españoles que la del mexicano. En efecto, la acumulación y confrontación de diferentes sujetos españoles favorecen la risa. Respecto del mexicano, su autoestereotipo constituye una herramienta de la comicidad, ya que el espectador mexicano, aunque no sea de Durango, ni viva en el campo,

ni sea un emigrante, etc., “reconoce” sus modales, su amabilidad, su forma de ser, etc. Lo mismo quizás pueda aplicarse con la figura de los españoles mediante su alegría, comida, manera de hablar alto, de tocarse y acercarse a la gente. De forma que cualquier desliz por parte del mexicano o de los españoles respecto de la “normalidad” alemana (heteroestereotipo) favorece la comicidad (Bergson, 1900).

Sin embargo, Andrés (José Sacristán), introduce un matiz en cuanto a la imagen del emigrante “moderno”, al recordar la época en que su personaje, estereotipo del emigrante español de la generación anterior (años sesenta y setenta) llegó a Alemania y la pasó muy mal. Todo esto provoca empatía por parte del público español quien “identifica” también este autoestereotipo. Para regocijo del público, Andrés evoca irónicamente un nuevo movimiento migratorio, el de los turistas alemanes a España y paralelamente el flujo migratorio español a Alemania: “Entre los alemanes que se van a Mallorca y los españoles que emigran aquí no van a tener más cuenta que cambiarles el nombre a los países, ¿no?”. A lo que Hugo le responde “Somos trabajadores cualificados itinerantes” (negando así su identidad de migrantes). Sigue el diálogo: “Yo diría más bien que sois un par de gilipollas / Que yo necesito tanto de Alemania como Alemania me necesita a mí / Dos meses te doy, principito, tú no duras aquí más de dos meses”.

Cabe mencionar también otras comunidades emigradas, en particular la turca. Según el CIDAD, 2 793 millones de migrantes de origen turco⁷ viven en Alemania. Velilla reduce la representación de Hakan, el turco, dueño del bar y de sus paisanos a una caricatura (heteroestereotipo): usan cadenas doradas, ropa de colores chillones, y las mujeres velo, son comerciantes y hablan de manera peculiar. Es a un barrio turco⁸ identificable por

⁷ Según Eurostat Statistics (2017): “El país que acogió a más inmigrantes en 2014 es Alemania (884 900), seguido por el Reino Unido (632 000), Francia (339 900), España (305 500) e Italia (277 600). España es el país que ha registrado el número más importante de emigrados en 2014 (400 400), seguido por Alemania (324 200), el Reino Unido (319 100), Francia (294 100) y Polonia (268 300)”.

⁸ Ahí podemos observar una especie de “bilingüismo” y “biculturalismo” local: Fleischerei & Lebensmittel –carnicería y alimentos– Al Mustafa halal, etc.

banderas, tiendas, anuncios, comidas, a donde llegan los protagonistas de manera que Hugo preguntará: “Oye, ¿qué ponían en los billetes: Berlín o Estambul?”.

La imposibilidad de comunicarse

Todos los protagonistas se topan con el obstáculo lingüístico cuando dominar la lengua del otro es indispensable para poder integrarse y trabajar. ¿Cómo presentan los directores el problema lingüístico? Ridiculizan la lengua del Otro exagerando la mala pronunciación, la incapacidad de articular y reproducir modelos correctamente.

En *Guten tag*, Ramón son numerosos los ejemplos en los que la práctica de la lengua del otro se hará cómica para el público. Así, *el Güero*, quien no habla alemán le deletrea palabras claves para su viaje, articulando con exceso y sílaba por sílaba: “No sé cómo chingados se dice, pero así se escribe”. Al no poder responder a las preguntas de Ruth sobre por qué vino a Alemania o con la dependienta se ofrecerán dos alternativas: dibujar y hacer mímicas. Obviamente no por eso lograrán darse a entender, lo que favorecerá malentendidos sabrosos para el espectador. En efecto los gestos hablan y traducen la lengua de uno mismo, no son universales. Además, ni Kristyan Ferrer (Ramón) ni Ingeborg Schöner (Ruth) conocían el guion del otro, dándole un toque de verosimilitud a las escenas. Son muchísimos los primeros planos del incrédulo Ramón, que ilustran esta incompreensión, poniendo de relieve la “no comunicación” entre el protagonista y los demás personajes. Ruth le enseñará incluso modales y códigos culturales. A final de cuentas en la secuencia de la cena en casa de Ruth, se destacará una gran complicidad a pesar del obstáculo lingüístico. El plano de conjunto que se hace más cercano, los reúne en torno a este momento propicio para confesiones íntimas. Termina la cena con una clase mutua de lengua cómica, en la que articulan, pronuncian y repiten palabras mediante numerosas muecas.

En *Perdiendo el Norte* la lengua del otro también es un obstáculo a la comunicación; se derivan obviamente consecuencias cómicas de ello. Los comentarios positivos de Hugo a su padre sobre Alemania se hacen divertidos ya que las imágenes que los acompañan están en absoluta contradicción, engañándole sobre la realidad que padece y divirtiendo de esta manera al público; las observaciones que le hace sobre su apren-

dizaje lingüístico son una buena ilustración de ello. Así se escucha en off su voz (mediante la lectura de un correo electrónico) “Y en cuanto al idioma todo es ponerse. Cuando llevas aquí unos días se te hace enseñada al oído”. Se deleita el director filmando una profusión de muecas y de malentendidos mediante planos medios cortos o primeros reforzando así el ridículo de sus protagonistas por la incomprensión lingüística. Luego cuando entrevistan en alemán a Braulio para un trabajo: “¿Habla alemán?” / *Ja ja...* / ¿Y dónde lo aprendió? / *Ja ja* (alternan primeros planos de la cara atónita de Braulio con la cara amable del entrevistador) / *Ja ja ...* La escena desemboca finalmente en una situación cómica por la repetición sistemática del “Ja” a cualquier pregunta y por la ingenuidad del protagonista, “¿No estaría diciendo sí a todo como un tonto porque no habla alemán, ¿verdad?” (con una sonrisa socarrona y a continuación una doble risa) “*Ja ja...*”. El siguiente movimiento cómico estriba en el cambio de expresiones de los sujetos cuando el uno se vuelve serio después de haberse burlado del español y Braulio se da cuenta de su fracaso.

Los protagonistas tampoco dominan ciertos códigos culturales claves para comunicar e integrarse apropiadamente, otro pretexto para reírse. Ramón no deja que los pasajeros del tren se bajen para subirse. Ruth, el hada madrina, le enseñará algunos modales y códigos culturales. Apenas llegan a Berlín, Hugo y Braulio tiran a una ciclista por no respetar la vía, el espectador se ríe así del “carácter latino” (autoestereotipo). Asimismo, la voz en off de Hugo comenta la siguiente escena a modo de sketch: “Parece mentira que en solo un mes nos hayamos adaptado tan rápido al carácter alemán”. Mientras tanto, Braulio en otra entrevista comete un error de apreciación cultural al darle un abrazo a una colega quien seguidamente se echa para atrás –destacando de paso la frialdad física de los alemanes según el clásico heteroestereotipo–; entonces le da la mano exageradamente asustado, pidiendo disculpas en una especie de spanglish: “Sorry sorry, we are latinos... very besucones”. Paralelamente se descubre el gesto asqueado de la mujer. Esta figura de inversión (comentarios en off en contradicción con la imagen), clave de la comicidad según Bergson (1900), será entonces uno de los recursos constantes para provocar la risa del espectador.

Finalmente, Hugo y Braulio, pícaros (autoestereotipo de los españoles) de los tiempos modernos, se las arreglan para sobrevivir robando

en tiendas. También el discurso en off pone de relieve esta realidad: “Además aquí en Alemania, si sabes comprar, el nivel de vida es mucho más barato de lo que creemos”.

Los atributos simbólicos

Los atributos constituyen otra faceta de la construcción de los estereotipos. En ese sentido se explica el imprescindible tópico de la comida, rasgo de identidad. En efecto, todos extrañan la comida nacional casera:⁹ chile, tortilla, frijoles, tequila o embutidos, tortillas. Rafa, en una escena que roza cierta vulgaridad provocando supuestamente la risa, padece un trastorno intestinal descomunal y afirma: “No echamos de menos la dieta mediterránea hasta que te falta”. La noche de Navidad sacan chorizo, jamón ... Rafa apoda a Franz, el novio de su hermana Carla, “el come salchichas baboso”. En cuanto a la comunidad turca, Hakan ha montado su negocio ofreciendo comida turca y en su barrio predominan los restaurantes turcos. La cena de Navidad hispano-turca es una buena ilustración del intercambio cultural en torno a la comida, pero no hay rasgo de comida alemana.

Gran parte de *Guten tag, Ramón* se desarrolla en una tienda de abarrotes donde Ramón va comprando cada vez más productos “mexicanos” según sus recursos: manzanas y pan, luego cerveza, tequila, chile, tortillas, cilantro, frijoles, jitomates, etc., y se preparará unos tacos con varios de estos ingredientes. Unos primeros planos en picado harán hincapié desde el punto de vista de Ramón en los ingredientes y las etapas de la preparación culinaria que compartirá con Ruth. Más tarde esta le corresponderá con una cena en su casa, en una larga secuencia (más de ocho minutos) con muchos primeros planos de ellos o primerísimos planos de la comida, de los tenedores que Ramón aprenderá a usar ... Este apreciará esta comida “mmh está muy sabroso, nunca había probado algo igual”, a diferencia de los protagonistas de *Perdiendo el Norte*. La comida aquí será una pasarela para acercarse al otro, participará del

⁹ Al igual que en *¡Vente a Alemania, Pepe!*, cuando este último desempaca su comida (jamón, salchichas, vino) se les hace agua la boca a todos los demás españoles en torno a la mesa al comparar con la comida alemana que yace en sus platos.

intercambio. El travelling de avance final de la secuencia unirá a los dos personajes en torno a la mesa, reforzando su complicidad.

En ambos casos se estigmatiza excesivamente el clima poco clemente, las dos películas se desarrollan en invierno, justamente cuando más frío hace, reforzando esta imagen. Ramón no para de temblar, hasta exageradamente, le regalarán ropa caliente. Los españoles vienen mejor preparados, aunque apenas llegados se quejarán del frío. En la entrevista televisiva frente a la emblemática Puerta de Brandeburgo, el joven español contestará al porqué de su estancia: “Fui a Alemania por la comida y el clima (recalcando heteroestereotipos negativos sobre Alemania y riéndose a carcajadas). No, en serio, pero aquí he encontrado oportunidades que mi país ya no daba ... Que para Alemania somos un chollo, piden mano de obra cualificada a costas de nuestros impuestos”.

Y obviamente los españoles en la noche de navidad imitan una corrida de toros.

Representación de los alemanes

En cuanto a su carácter son amables, generosos, sonrientes con Ramón, aunque a veces serios y estrictos. Desde el punto de vista de los españoles son cuadrados de mente, no obstante, se muestran generosos con los emigrados. Así, recién llegados, Braulio y Hugo le piden una información a una señora explicándole que son españoles, esta con cara de lástima les da una limosna, gesto que no entienden. Nunca les gritan o maltratan salvo el que terminará denunciando a Ramón, elemento perturbador del film que permitirá que la acción avance y llegue a su clímax (la expulsión) y al desenlace después de casi dos horas de película.

Respecto de su físico, los alemanes son “todos” altos (así como por ejemplo la chica de la tienda de abarrotes en comparación con Ramón), rubios, de ojos azules y de tez muy clara. Sin embargo, *Perdiendo el Norte* ofrece una evolución en el heteroestereotipo a través de la figura de los jóvenes, quienes llevan el pelo teñido con colores chillones y cortes a veces extravagantes, brindando una identidad alternativa.

La música

La música extradiegética es propia de cada país retratado (México, España y también Alemania) permitiendo asimismo una identificación

por cada parte. Así se escucha música nortea o marimba frente a una agencia de turismo con propaganda publicitaria para visitar México. En cambio, cuando la cena propicia las confesiones de Ruth, una melodía melancólica¹⁰ las acompaña. En cuanto a la música alemana alternan varias músicas para seguir a Ramón en sus peripecias (trabajo, encuentros) cuando le va bien, y se vuelve dramática cuando pasa por malos ratos.¹¹ En *Perdiendo el Norte* domina la música española “Mi querida España”,¹² “Berlín”,¹³ para ilustrar el romance de Carla y Hugo; solo al inicio se escucha el Danubio azul¹⁴ muy acelerado, confortando su poca apertura hacia el país que los acoge.

La música diegética que Ramón escucha en su edificio, “México lindo y querido”, emblema de una cultura nacional, desencadena en él una felicidad absoluta. Dará lugar al encuentro con el vecino, investigador de música popular latinoamericana, luego a la organización de las clases de baile, signo de una integración social. El musicólogo le dejará un aparato para escuchar música nortea, de manera que se reapropiará de su identidad. También al prepararse su primera comida mexicana, se escucha gracias al aparato prestado otras canciones emblemáticas, devolviéndolo a su tierra de origen.

LAS DIVERGENCIAS

El tipo de emigración varía entre las dos películas: la una es altamente cualificada a diferencia de la otra. Así, cuando le sugieren ir a Alemania, Ramón pregunta: “¿Y dónde queda Alemania?” mostrando que no tiene representación preestablecida, no solo por la falta de instrucción sino también por la lejanía entre ambas culturas (Bourdieu & Passeron, 1970) a diferencia de Ruth, su ángel de la guarda alemana quien sí ubica perfectamente bien México (distinguiéndolo de Perú y Ecuador): “México está muy lejos”. Sin embargo, todos terminan ejerciendo un

¹⁰ Piano Concerto, número 20 en D Menor de Mozart.

¹¹ Piano Sonata, número 2 en A Major de Beethoven.

¹² Canción de Cecilia interpretada por Rozalén y Kiko Veneno.

¹³ Interpretada por Rozalén.

¹⁴ Richard Strauss.

tipo de trabajo poco calificado: meseros, ayudantes de cocina, servicio a la persona, propio de los países con una población cada vez mayor, tema tratado en *Amador* (León de Aranoa, 2010). Velilla denuncia de manera divertida la desilusión de una “generación perdida”, valiéndose como hilo conductor de la mentira de Hugo a sus padres, creando así constantemente un desfase cómico frente a la realidad, por ejemplo: “Y por mis manos pasan los asuntos más importantes de la empresa”, mientras frota el gran comal de la cocina. Velilla recuerda a través de Andrés que la mentira ya era una manera de tranquilizar a la familia: “emigrar y engañar a la familia vienen a ser lo mismo”.

En *Perdiendo el Norte*, los turcos simbolizan una emigración estigmatizada anterior a la de los jóvenes españoles, quienes tienen que “someterse” a ellos, sintiendo cierta humillación. Ramón, el mexicano, es en cambio un caso de migrante absolutamente “inaudito”.

El trabajo: de la ilusión a la cruda realidad

Al principio, antes de sus respectivas entrevistas de trabajo, Hugo hace alarde de su doble carrera y de su máster, insidiosa manera de señalar el autoestereotipo del español soberbio. Ellos, tan bien preparados a nivel académico, se esperaban encontrar un trabajo rápidamente. Sin embargo, en su primera entrevista de trabajo, el encargado alemán se burla a grandes carcajadas de Hugo, quien pretende postular como gestor económico. A continuación Hugo comentará: “Al fin y al cabo las diferencias entre norte y sur están más en nuestra cabeza”, mientras se presenta a otra entrevista: “y no somos tan informales como dicen ni ellos tan cuadrículados” (mencionando de paso dos heteroestereotipos recíprocos), mientras el director muy serio mira sucesivamente su reloj y a Braulio con disgusto ... “Guten morgen / Llega usted tarde (mirando hacia un gran reloj que cuelga de la pared donde se lee las 11:10) / Es que me he perdido en el metro (sentándose) pero como dicen en España, los diez minutos de cortesía (el director levantándose) / No lleva mucho tiempo en Alemania ¿verdad?” (Se levanta y se va). En esta secuencia, las escenas se vuelven cada vez más breves, alternan planos y contra planos recalcando la oposición mediante la figura de inversión (Bergson, 1900) entre dos culturas y terminarán dejando a Hugo en un ridículo absoluto.

Cierta crítica social subyace constantemente a través de la mofa en *Perdiendo el Norte*. Después de sus entrevistas fracasadas, los protagonistas acaban en una oficina para desempleados. La escena empieza con el primer plano de una pila de CV, haciendo hincapié en que no son los únicos afectados: “aquí por fin hemos dejado de ser los últimos de la fila” (gracias a un travelling hacia atrás y un plano de conjunto se vislumbra entonces a mucha gente esperando con papeles en la mano). Y siempre a contracorriente de lo que está pasando, Hugo declara en off: “Vamos, que venir a Berlín es la mejor decisión que podíamos haber tomado”. Una señora uniformada, rubia y formal, los invita a esperar. De manera que Hugo confiesa irónicamente que han conocido solo españoles, griegos, italianos, portugueses en busca de trabajo como ellos, poniendo de relieve la crisis en los países del sur de Europa: “La generación perdida la hemos encontrado todos en el mismo sitio”.

En cambio, Ramón al no encontrar a su ayudante –la tía del Güero– y al no tener altas pretensiones como Hugo y Braulio sino la de sobrevivir, empezará de manera “honrada” (lejos de la caricatura del “mal” mexicano), desde “abajo”, pidiendo limosna. Luego ayudará a los mayores (cargando compras), finalmente colaborará más (repartiendo periódicos, tirando la basura pesada ...) hasta terminar dando clases de baile.

Rompiendo estereotipos: entre cuento de hadas y pesadilla

Ramón es buena gente, no pelea (ni en México, donde le reprocha su abuela “su falta de huevos”, tomando como referente el estereotipo del macho mexicano, ni en Alemania). A diferencia de los protagonistas de *Perdiendo el Norte* quienes practican cierta endogamia, él se relaciona por la fuerza con los autóctonos para poder subsistir. Esto le permitirá vivir un verdadero cuento de hadas, llevado a cabo en su propio país y junto a su familia a la que por fin podrá ayudar (objeto inicial de la migración). Le ha tocado “la lotería” con Ruth quien le hereda un millón de pesos, a tal punto que en el banco se tiene que justificar al abrir una cuenta bancaria. La escena se hace cómica, ya que se basa en el autoestereotipo social de que un campesino solo puede ser pobre. Es una manera obvia de mostrar que un mexicano puede

salir adelante por las buenas, a diferencia de muchos estereotipos que circulan en el narcocine, por ejemplo. Ramón se aleja así del cliché reductor de México, tierra de cárteles (Lira Hartmann, 2015): “el espectador alemán se ha rendido ante una historia que no está ligada al narcotráfico ni a la violencia que invade la imagen que se tiene de México en este país, tanto en la ficción como en la realidad”. Desde el inicio sus encuentros con los alemanes son positivos, rompiendo con los heteroestereotipos más comunes (frialdad, indiferencia, etc.). Efectivamente dominan representaciones de los alemanes óptimas. Sobresale la amabilidad desde la migración –numerosos primeros planos y contraplanos oponen un Ramón temeroso en ligero picado con un oficial de aduana en ligero contrapicado sonriente– hasta la ayuda a la hora de comprar su boleto de tren en las máquinas del aeropuerto –se pasa de un plano general con un Ramón desorientado a un plano medio corto de él junto con una asistente tranquilizadora quien le enseña paso a paso cómo sacar su boleto–. Ruth es acogedora, generosa y bondadosa, así como la dependienta o el musicólogo. Los vecinos de Ruth también colaborarán. Claramente se oponen los “clásicos malos”, como el otro mendigo (violento verbal y físicamente), el excompañero celoso de la tía “adúltera”, el ladrón de su mochila, el vendedor rubio de la tienda, receloso, caricatura de un xenófobo, quien le sonríe de manera hipócrita: “No pareces turista, ¿Qué demonios haces aquí?” y por supuesto, el vecino bávaro (autoestereotipo) tacaño, quien lo denunciará por clandestino.

Al contrario, en *Perdiendo el Norte*, parece que los protagonistas viven una pesadilla. En efecto, a final de cuentas no les quedará más que seguir emigrando: Braulio, gracias a una beca, irá a China sufriendo ahí sí, un cambio radical de cultura. En cuanto a Hugo, tendrá que volver a España (señal de derrota) ya que su suegro lo contrata, pero sin perspectiva alguna de ascenso; en fin, ha retrocedido más que progresado. Sin embargo, como es una comedia, todo terminará casi como en un cuento de hadas: Hugo renunciará a su boda el día de las nupcias para encontrarse con su amor verdadero, mientras que Braulio seguirá el aprendizaje “cómico” del mandarino sin más éxito que con el alemán (el espectador establece un paralelismo cómico forzado entre estos dos aprendizajes).

Nazismo, Holocausto

Guten tag, Ramón no se enfoca en las representaciones sociales que impregnan el imaginario colectivo respecto del nazismo o el Holocausto. Ramón parece ignorar esta parte de la historia alemana. Ruth, niña durante el nazismo, evocará la guerra y los nazis a través de su padre, quien por ayudar a familias judías fue denunciado y ejecutado. De alguna manera, Ramón le facilita su resiliencia ya que es la primera vez que confiesa esto. Es una manera de expiar una culpa colectiva, la del pueblo alemán, quienes no todos apoyaron el régimen como lo señala Ruth. Afirma Lira Hartmann (2015) que eso gustó en Alemania:

Estamos un poco cansados de la imagen que de nosotros se da en el extranjero y de las historias ligadas al Holocausto y la Alemania nazi, es un comentario que se repite una y otra vez en diversos foros de este país (s.p.).

En un momento de crisis migratoria, el director opta por dar un mensaje humanista, utópico. Ruth reproduce el modelo de su padre, un valor muy actual en nuestra época de problemas migratorios, fiel a la reacción de muchos alemanes en estos últimos años.

En cambio, en *Perdiendo el Norte*, la entrevista televisiva del joven español es tendenciosa por repetir prejuicios y clichés comunes que aparentemente harán reír al espectador. “¿Y no piensas volver? ¿A ver, tú volverías si ganaras aquí en una semana lo que haces en un mes en España? A ver, yo no me muevo de aquí ni con otro holocausto (se ríe, pero se nota que fuera de campo le hacen alguna señal), “Oye era una broma, tengo muchos amigos judíos” (la sonrisa se le congela). Esta respuesta manifiesta el racismo insidioso y latente que Guillaumin (1972, pp. 151-152) denuncia no solo por los chistes sobre los judíos sino también aquí por la justificación que pretende demostrar que uno no es racista revelando en realidad un antisemitismo común.

Caracterización del espacio

Guten tag, Ramón inicia en un rancho miserable “típico”, en medio de la nada, luego el film se sitúa en una ciudad alemana provinciana pequeña, tranquila, junto al Rin, hasta terminar de manera circular en su pueblo. El edificio donde viven los principales protagonistas nos revela

la vida desde el interior, las escaleras, el desván, la casa de Ruth, las costumbres “típicas”, las relaciones entre los vecinos. En su “aldea” provincial no se ven turistas ni extranjeros. En cambio, *Perdiendo el Norte*, se ubica en Berlín, capital cosmopolita. Por lo tanto, se proponen muchas vistas de Berlín a modo de transición entre secuencias y también se darán los imprescindibles paseos turísticos, propios de la representación de la alteridad reducida a su función turística. Es de notar la calidad de las fotografías (aéreas, picados, etc.), fruto de un presupuesto importante. En cuanto a los protagonistas, viven en pleno barrio turco, pero en un edificio ocupado por españoles; este tipo de autarcía no favorece ni la integración ni la evolución del heteroestereotipo.

CONCLUSIÓN

Si bien las dos películas se basan en algunos estereotipos nacionales comunes, también se diferencian gracias a la narración fílmica. En ambos casos la migración cobra el valor de un viaje iniciático con un final feliz. Llama la atención la evolución o no de las representaciones. En efecto, Ramón ha tomado distancia respecto de su heteroestereotipo de Alemania: “me imaginé un país con muchos edificios modernos, pero con soldados a caballo, pensé que me iban a poner a cuidar a alguno de sus caballos finos, pero, qué diferente es, ¿no?”. A su regreso, la abuela le pregunta: “¿Cómo es Alemania? / Es un riego rodeado de castillos muy antiguos con gente más que güera”. Claro, su rancho está en un desierto total mientras que en Alemania vivía junto al Rin, de esta manera crea un nuevo heteroestereotipo con base en su experiencia.

A través de Ramón se aborda una emigración insólita. En efecto existe ya mucha literatura sobre la emigración mexicana no calificada a Estados Unidos, pero poca a Europa y menos a Alemania. El director propone así el éxito no a través del narco, que parecía ser la única alternativa posible al principio de la película. Pone de relieve la capacidad del individuo para construirse en la alteridad con tal de poder sobrevivir. Gracias al personaje se inician cambios en el edificio (compartir el periódico en lugar de que cada uno reciba el suyo individualmente, permitiendo así crear un lazo social). La alteridad y la migración bien llevadas benefician a todos, este es el mensaje. La película rompe con

los auto y heteroestereotipos: México (el éxito a través del narco) / Alemania (rigidez, frialdad, holocausto) ofreciendo una faceta desconocida de los alemanes mayores jubilados y un cuento de hadas recíproco.

Perdiendo el Norte brinda todos los rasgos de una comedia comercial con unos estereotipos nacionales que casi no evolucionan, basándose en la crisis sufrida por una generación de jóvenes a la que no le queda más remedio que emigrar y en las consecuencias para sus familiares (desahucios, quiebras). Se utiliza el humor sin contemplar alternativa o reflexión, sino solo un final feliz.

En último lugar, se pudo comprobar que a través de los estereotipos nos enteramos más sobre quien los emite que sobre de quien se habla. Asimismo, los tradicionales heteroestereotipos de Alemania y sus habitantes, sirven esencialmente para recalcar los autoestereotipos, en particular de los españoles, fuente de risa para el espectador. En efecto el punto de vista es el de un director español quien sabe hacer reír (conoce sobremanera a su público nacional) y el de un director mexicano, radicado en Alemania, quien quiere llevar a la reflexión con base en su experiencia personal.

Referencias bibliográficas

- Bardin, L. (1980). *L'analyse de contenu*. Paris: PUF.
- Bergson, H. (1900). *Le rire, essai sur la signification du comique*. Paris: PUF.
- Berrendo Pérez, O., Serrano Fernández, J. A., & Encinas Puebla, E. (2016). *Panorama Audiovisual 2016*. Madrid: EGEDA. Recuperado el 25 de julio de 2017 de http://www.egeda.com/documentos/Panorama_Audiovisual_Iberoamericano_2016.pdf
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1970). *La reproduction*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Brunet, P. (11 de marzo 2015). *Perdiendo el Norte domina la taquilla española*. *El Economista.es*. Recuperado el 02 de marzo de 2017 de http://www.economista.es/boxoffice/reports_spain/2015/perdiendo-el-norte-domina-la-taquilla-espanola/
- Clot, J.-P., & Aguilar Pérez, H. E. (2012). Una mirada a las representaciones cinematográficas de las regiones fronterizas en México. *Migrations latino-américaines et cinéma, Amérique Latine Histoire et*

- Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, 23. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <https://alhim.revues.org/4223>
- Centre d'Information de l'Ambassade d'Allemagne-CIDAL. (2013). *Missions allemandes en France, Repères statistiques de l'immigration en Allemagne*. Recuperado el 02 de marzo de 2017 de <http://m.allemagne.diplo.de/Vertretung/frankreich/fr/03-cidal/09-dossiers/immigration/01-statistiques-seite.html>
- Elena, A. (2005). Latinoamericanos en el cine español: los nuevos flujos migratorios, 1975-2005. *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, 22, 107-133. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10486/3917>
- Eurostat Statistics. (2017). *Statistiques sur la migration et la population migrante*. Recuperado el 02 de marzo de 2017 de http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Migration_and_migrant_population_statistics/fr
- Galeote, G. (2016). Les stéréotypes dans la construction des identités nationales depuis une perspective transnationale [Dossier monographique]. *Iberic@l*, 10, 9-166. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <http://iberical.paris-sorbonne.fr/wp-content/uploads/2017/02/Iberic@l-no10-automne-2016-Final.pdf>
- García, P., & Petrich, P. (2012). Migrations latino-américaines et cinéma. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, 23. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <https://alhim.revues.org/4181>
- García, Y. (24 de marzo de 2015). 'Perdiendo el norte': ¿El 'Ocho apellidos vascos' de 2015? *El Mundo [Cinemanía]*. Recuperado el 2 de marzo de 2017 de <http://cinemania.elmundo.es/noticias/perdiendo-el-norte-el-ocho-apellidos-vascos-de-2015/>
- Gómez, J. (7 de mayo de 2013). La emigración española a Alemania se dispara al nivel de hace 40 años. *El País*. Recuperado el 04 de febrero de 2017 de http://economia.elpais.com/economia/2013/05/07/actualidad/1367920585_302120.html
- Guillaumin, C. (1972). *L'idéologie raciste, genèse et langage actuel*. Paris-la Haye: Mouton.
- Instituto de los Mexicanos en el Extranjero. (s.f.). ¿Sabes cuántos mexicanos viven en el extranjero? Recuperado el 5 de febrero de 2017 de <https://www.gob.mx/ime>

- Lira Hartmann, A. (31 de marzo de 2015). *Guten Tag, Ramón* conquista el corazón y las taquillas alemanas. *La Jornada*. Recuperado el 23 de enero de 2017 <http://www.jornada.unam.mx/2015/03/31/espectaculos/a09n1esp>
- Maisonneuve, J. (1973). *Introduction à la psychologie*. Paris: PUF.
- Thomas, L. V. (1978). Théories et concepts: réflexions critiques. En G. Michaud (Ed.), *Identités collectives et relations inter-culturelles* (pp. 35-43). Bruselas: Ed. Complexe.
- Villaverde, J. (2016). ¿Estereotipos banales? Una razón y varias propuestas para tomarse en serio la caracterización nacional. *Iberic@l*, 10, 33-51. Recuperado el 15 de agosto de 2017 de <http://iberical.paris-sorbonne.fr/wp-content/uploads/2017/02/Iberic@l-no10-automne-2016-Final.pdf>

Filmografía

- Bollaín, I. (Directora). (2014). *En tierra extraña* [Película]. España: Tormenta Films.
- Boon, D. (Director). (2008). *Bienvenidos al Norte* [Película]. Francia: Pathé Hirsch.
- De Chauveron, P. (2014). (Director). *Dios mío, pero ¿qué te hemos hecho?* [Película]. Francia: UGC Images, TF1 Droits Audiovisuels et TF1 Films Production.
- Lazaga, P. (Director). (1971). *¡Vente a Alemania, Pepe!* [Película]. España: Aspa P.C, Filmayer Producción.
- León de Aranoa, F. (Director). (2010). *Amador* [Película]. España: Reposado Producciones, Mediapro.
- Martínez-Lázaro, E. (2014). (Director). *Ocho apellidos vascos* [Película]. España: Lazonafilms, Kowalski Films, Telecinco Cinema.
- Martínez-Lázaro, E. (2015). (Director). *Ocho apellidos catalanes* [Película]. España: Telecinco Cinema.
- Ramírez-Suárez, J. (Director). (2014). *Guten Tag, Ramón* [Película]. México-Alemania: Beanca Films, MPN Cologne Film 3.
- Rosales, J. (Director). (2014). *Hermosa Juventud* [Película]. España: Fresdeval Films S.L., Wanda Visión.
- Velilla, N. (Director). (2015). *Perdiendo el Norte* [Película]. España: Atresmedia Cine, Producciones Aparte, Telefónica Studios.