


[Imprimir Web](#)

La imagen de España en Alemania (ARI)

Javier Noya

ARI 155/2010 - 29/10/2010

Tema: Por una serie de factores estructurales y coyunturales, España y Alemania parecen ahora más lejos que nunca en los últimos 50 años.

Resumen: Quizá se pueda decir que las relaciones entre España y Alemania atraviesan sus horas más bajas desde la Transición. Los ataques recientes de la clase política y la prensa alemana a España ponen en evidencia una serie de problemas, unos antiguos, otros nuevos, que han llevado a esta situación. Este ARI aborda los relacionados con la imagen de España en Alemania.

Análisis

Introducción

Recientemente un artículo del diario conservador alemán *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ), próximo al gobierno de Angela Merkel, descalificaba a las ministras españolas del gobierno de Rodríguez Zapatero como muñequitas decorativas, obsesionadas por los bolsos más que por sus respectivas carteras. Siendo un ataque grave, sin embargo, no sorprendió, pues llovía sobre mojado. El mismo medio y otros del ámbito empresarial ya habían cargado contra España en los comienzos de su Presidencia de turno de la UE, cuando el presidente del gobierno propuso penalizaciones para los países que rebasaran el techo de déficit fiscal fijado por las instituciones europeas.

Posteriormente, en plena crisis griega, varios medios alemanes también airearon el rumor de que Europa también tendría que acudir al rescate de España. Ahora se sabe que, además de la campaña periodística, también se produjeron filtraciones interesadas del gobierno alemán para presionar a España a cambiar su política económica. Además de este cambio de la gestión del gobierno español, los rumores fueron sólo acallados cuando las pruebas de estrés de la banca europea demostraron que los bancos españoles no sólo los superaban con buena nota, sino que incluso salían mejor parados que las entidades financieras alemana. Quizá por ello la prensa alemana ha vuelto a cargar ahora con esa infame campaña de desprestigio del gobierno, cuestionando la idoneidad de las ministras españolas.

Este ARI intenta mostrar los elementos y cambios que han producido este cambio en la actitud de Alemania hacia España. Primero, hay que separar los factores coyunturales políticos de los factores estructurales.

Factores coyunturales: del "amigo Felipe" a las "muñecas de Zapatero"

Sin lugar a dudas, no ayuda al buen entendimiento entre los dos gobiernos que al frente de ambos haya partidos políticos de signo tan distinto: cristiano-demócratas en Alemania y social-demócratas en España. Si nos fijamos, los alemanes fueron más considerados, en la primera legislatura de Merkel, en la gran coalición con los socialdemócratas. Tras las elecciones y el pacto con los Liberales, sin duda los conservadores alemanes han radicalizado su discurso en todos los órdenes y también en la política exterior, particularmente en los temas europeos. Se ha apreciado un giro que se ha puesto de manifiesto claramente en la postura alemana durante la crisis griega, que no fue motivada sólo por unos comicios a un *Land*.

Hay que recordar que una parte importante de los conservadores alemanes siempre cuestionó la renuncia al marco como una cuestión casi identitaria. Los problemas del euro a raíz de la crisis griega volvieron a agitar estos viejos fantasmas.

Ahora bien, todos saben que la relación entre Helmut Kohl y Felipe González fue inmejorable. "*Mein Freund Felipe*" ("mi amigo Felipe") fue uno de los líderes europeos que más apoyó la Reunificación alemana, se cansaba de repetir el ex canciller Helmut Kohl. Y el amigo Felipe González, en justa correspondencia, siempre subrayaba el apoyo de Alemania al proceso de modernización de España y, en particular, al ingreso en la UE. Ya antes tenía que estar agradecido por el apoyo que le prestó el SPD alemán en el franquismo y la Transición. Por lo tanto, a pesar de las enormes diferencias ideológicas, había una sintonía mutua, que se ha perdido.

Ciertamente, eran otros tiempos en Alemania, España y en general en la UE. En los 80 todavía se respiraba cierto optimismo, y precisamente la caída del muro de Berlín y la Reunificación alemana fue uno de los motivos de esa *Weltanschauung*, de la euforia que ahora se ha transformado en resaca tras el estancamiento de las instituciones europeas y la crisis.

Por otra parte, el tándem Kohl-González no tuvo una digna sucesión. A raíz de la Guerra de Irak, Schröder y Aznar se situaron en bandos opuestos. España se alió con EEUU entrando a formar lo que los *neocons* americanos llamaron la "Nueva Europa", mientras que Alemania y Francia encabezaban la "Vieja Europa" opuesta a la estrategia norteamericana.

La falta de entendimiento entre Aznar y Schröder evidentemente también se debía a factores ideológicos, pues ahora el conservador era el español y el socialdemócrata el alemán. En cualquier caso, por debajo de los desacuerdos en el tema de Irak, las relaciones bilaterales en el terreno económico, diplomático y de otra índole no se vieron afectados, aunque en el ámbito europeo la nueva actitud de Aznar también hizo mella.

Probablemente, la relación empezó a deteriorarse ahí y entonces, más debido a la UE que a Irak. Aparte de la estrategia más dura del gobierno español en las negociaciones, desde luego también pesó el tema de la Ampliación. Los alemanes desde entonces empezaron a mostrar cierta fatiga de la compasión: ya no querían seguir pagando ellos solos –así lo veían, aunque no fuese del todo cierto– la factura de la ampliación.

Con cada crisis que se produce desde entonces en la Unión, vemos cómo sistemáticamente Alemania se muestra cauta y poco voluntariosa en la contribución a las soluciones. Merkel es conservadora como Kohl, pero por factores generacionales y biográficos no es Kohl.

Además, el efecto de la Reunificación da síntomas de haber pasado. Veinte años después se ha descontado y los alemanes quieren pasar página. Superado el trago de la asimilación de los *Osies* a los *Wesies*, se saben la potencia económica de Europa, la locomotora, y han decidido imponer sus condiciones, por las buenas o por las malas.

Factores estructurales: el efecto "Malorca"

Bajo la superficie de estas relaciones económicas y diplomáticas coyunturales, también hay factores estructurales que llevan a un distanciamiento. Y esto sucede por ambas partes, no sólo por Alemania.

En los últimos 20 años Alemania ha cambiado mucho, acaso tanto como España. Ha surgido una nueva Alemania. Quién iba a decir que, por primera vez desde la II Guerra Mundial, los alemanes volverían a enviar sus tropas al exterior, como hicieron al participar en la misión internacional de Afganistán. Y menos aún que, como se ha puesto de manifiesto en algunos infortunados incidentes, fuesen a estar entre las tropas más discutidas en la opinión pública occidental.

El cambio era el resultado de una política exterior más activa: una Alemania sin complejos, como se ha definido. Por factores generacionales, entre otros, los nuevos alemanes ya no se avergüenzan de su pasado. Es curioso cómo el fútbol tanto en España como en Alemania ha revelado el cambio cultural que se ha producido en los dos países. En la Eurocopa celebrada en Alemania, por primera vez desde el nazismo, las banderas ondeaban y los alemanes, sobre todo los jóvenes, exhibían con orgullo sus enseñas nacionales, algo de nuevo impensable hace 30 años.

El reciente Mundial de fútbol también ha hecho aflorar en España el nuevo nacionalismo de los jóvenes, que han superado los complejos del franquismo y el aislamiento. Los jóvenes españoles, aunque sepan menos inglés que los alemanes, son unos jóvenes europeos más, igual que los alemanes.

Ahora bien, la imagen que tienen los españoles de sí mismos como potencia europea, y después de la Eurocopa y el Mundial, como potencia deportiva mundial, no es necesariamente la imagen que los alemanes –jóvenes y viejos– tienen de España.

Aquí hay que recordar los resultados de todos los estudios realizados desde la década de los 80. Para los alemanes, España sigue siendo un pariente europeo, pero comparativamente pobre. La imagen de España en Alemania es significativamente peor que la de Alemania en España.

Alemania es ahora mismo, o por lo menos hasta este semestre trágico, el país con una mejor imagen en España, incluso por delante de Francia. Así lo constatan todos los estudios, desde el INCIPE a las oleadas más recientes del Barómetro del Real Instituto Elcano. Los españoles perciben a los alemanes como una de las potencias económicas y culturales del mundo, y como uno de los mejores aliados. Todo hay que decirlo, se les sigue viendo como "cabezascuadradas", aburridos y previsibles, pero hasta se les perdona y, en cierto modo, se les recompensa cuando en las carreteras españolas se ve como la mitad de los coches, si no más, son alemanes, sobre todo en las categorías *Premium*.

¿Cómo se ve la cosa por parte alemana? Más o menos cómo hace 30 ó 40 años, sin exagerar. Desde luego, los alemanes no perciben a España como la potencia económica que en realidad es, con crisis o sin crisis.

No se debe olvidar que Alemania en los años 50 y 60 recibió buena parte de la oleada de la emigración económica española. Sus remesas fueron importantes para el desarrollo de España y su trabajo fue vital en la reconstrucción económica de la potencia centroeuropea. En términos de imágenes, esta figura del *Gastarbeiter*, el inmigrante español –el turco de los 60, antes de la llegada de los turcos–, forjó la imagen de España como país subdesarrollado, que no se alejaba demasiado de la realidad.

Ya después vinieron las oleadas de turistas alemanes a España, comenzando por la izquierda alternativa. Desde los *hippies* antisistema que se establecieron en Ibiza en los 60 hasta las comunidades de madres solteras que colonizaron La Gomera en los 90, España es el *Shangri-La* europeo. Y ya para el ciudadano alemán medio, sin este estilo de vida alternativo, Mallorca es simple y llanamente un *Land* más, algo así como Baviera, católica, divertida y exótica, pero con mar.

Sin duda, el turismo sigue siendo la principal forma de contacto de los alemanes con España. Y, de hecho, las percepciones siguen ancladas en el tópico del país bueno para vivir, pero malo para trabajar. España para los alemanes es "Malorca", es decir, Mallorca, uno de los enclaves favoritos para los alemanes a la hora de disfrutar de

unas vacaciones o de jubilarse, aunque ahora los alemanes más pobres también tengan como destino alternativo otros países mediterráneos y del Este, cada vez más competitivos en precio.

Se puede decir que la demanda de la lengua española ha aumentado en Alemania, y que hay interés por otros aspectos de España que no son los tópicos de los toros, el flamenco y la playa. Vale, de acuerdo. Pero cuando se profundiza en los orígenes de la demanda y el interés por España, sigue siendo incontestable que se aprende español porque interesa la cultura, la literatura y el arte, no porque atraigan su tecnología, sus líderes empresariales o su política latinoamericana, casi siempre desconocidos en Alemania cuando se habla del ciudadano medio.

Para la infinita mayoría de los alemanes, España sigue siendo "Malorca". Y no se puede uno quejar, porque la competencia creciente de otros destinos turísticos amenaza esa posición privilegiada de España como receptora del viajero alemán.

Por otra parte, ya en términos políticos y estratégicos, la fuerza del desplazamiento de los intereses estratégicos de Alemania hacia el Este europeo e incluso asiático, cada vez más va hacer que los tópicos sobre el Sur y el Mediterráneo se refuercen. No es probable que el desconocimiento sobre España, más allá de los estereotipos, se disuelva por sí solo en el tiempo. Ahora mismo, a los alemanes les interesan más las noticias que llegan de Rusia que las de España, por mucho que esté en la UE.

España es el Sur. Porque, en realidad, para los alemanes, especialmente los conservadores, España siempre ha estado en el mismo saco que Grecia, ya antes de la crisis de la deuda y el euro. Conformaban ese grupo de países *Schmarotzer*, gorriones, beneficiados de los dineros que generosamente –entre comillas– aportaban los alemanes a la UE; unos cuartos que después los países del Sur gastaban alegremente y, como encabezaban algunos medios teutones, muchas veces corruptamente.

Ya antes de la crisis, los alemanes tenían este sentimiento de superioridad respecto a los países a los que hicieron el favor de sacar del subdesarrollo. De ahí el enfado con el que recibieron las recomendaciones españolas de penalizar a los países que incumpliesen los criterios de déficit presupuestario. ¿Ahora me vas a decir tú a mí lo que tengo que hacer?, ¿a mí que te saqué del arroyo?, pensaban en el fondo los conservadores alemanes.

Nadie cuestiona que los fondos europeos y, por lo tanto, los dineros alemanes hayan sido vitales en la convergencia de las economías del Sur hacia Europa. Lo que sucede es que evidentemente España no es Grecia, y las "multilatinas" españolas no tienen nada que envidiar a muchas multinacionales alemanas. De forma que los tópicos alemanes sobre España agrandan un problema y no ayudan a la solución.

Aunque, por otra parte, tampoco los españoles han destacado por su esfuerzo a la hora de romper los estereotipos. Se sigue promocionando el sol y el flamenco. Y las empresas y marcas españolas no tienen tampoco en Alemania la visibilidad y el reconocimiento que obtienen en otras partes del Planeta.

En definitiva, también hay desajustes estructurales en las imágenes que han reforzado los malentendidos políticos superficiales para producir una distancia enorme, sin precedentes, en las relaciones entre españoles y alemanes.

Conclusiones: Por una serie de factores estructurales y coyunturales, España y Alemania parecen ahora más lejos que nunca en los últimos 50 años. Ambos países han cambiado, y también lo ha hecho la política europea e internacional.

Es evidente que habrá que hacer algo para que esta división intracontinental no se convierta en un nuevo abismo. Y no es menos evidente que la principal interesada en que la relación no se deteriore más es España, que es la que más tiene que perder, dado el peso político y económico de Alemania en Europa, que va a aumentar, no a disminuir.

Los alemanes tendrán que suavizar su nueva retórica, el imperialismo económico, porque también tienen mucho que perder con una mala relación con España: y no es sólo un buen mercado para sus marcas automovilísticas. Nuestro país es ya no es la joven democracia que conoció Kohl. Somos una potencia económica y un socio europeo fiable y estratégico en las relaciones con América Latina y el Zagreb, entre otras cosas. Alemania y en particular sus medios conservadores deberían medir más sus palabras, especialmente cuando la solidez de su banca está tanto o más en cuestión que la española.

¿Qué se puede hacer por parte española? Como también está claro, España no puede seguir siendo sólo "Malorca" en Alemania, ni muchos menos, en los tiempos que corren, se puede permitir que se le siga metiendo en el mismo saco que Grecia. Así que habrá que intensificar los vínculos bilaterales y redoblar las acciones de imagen de España en Alemania para neutralizar las campañas de desprestigio de algunos medios alemanes, que probablemente van a continuar mientras duren las turbulencias económicas en la Eurozona.

Evidentemente, las empresas españolas siguen siendo unas grandes desconocidas en Alemania, y también ellas tendrán que hacer algo para mejorar su posicionamiento y el prestigio del *made in Spain*, por desgracia todavía muy ligado a la alimentación y el turismo, ambos dependientes del sol que inunda la imagen de España en Alemania, hoy tanto como hace 20 años.

Quizá si se hacen estas cosas y, no menos, se contraataca oportunamente los improperios de la prensa conservadora alemana, llegará el día en que la canciller Merkel también pueda decir aquello de "*mein Freund José Luis*". Otra cosa es que sea tan sincera como cuando Kohl lo predicaba de Felipe González, no por nada personal, sino simplemente porque los tiempos han cambiado.

Javier Noya

Investigador principal de Imagen Exterior de España y Opinión Pública del Real Instituto Elcano

El Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos es una fundación privada e independiente cuya tarea es servir de foro de análisis y discusión sobre la actualidad internacional, y muy particularmente sobre las relaciones internacionales de España. El Real Instituto Elcano no comparte necesariamente las opiniones manifestadas en los documentos firmados por sus analistas o colaboradores y difundidos en su página web o en cualquier otra publicación.

© *Fundación Real Instituto Elcano 2012*

[Subir ▲](#)