

En Múnich existe la cervecería Hofbräuhaus, una de las más antiguas de la ciudad. Sólo que entre los parroquianos no se ven prácticamente bávaros. A las mesas están sentados turistas de todo el mundo, que beben y ríen y creen estar entre auténticos bávaros. Dos calles más allá nos encontramos con dos tiendas de recuerdos: una tradicional y una moderna. Ambas ofrecen “souvenirs”. En la una compran japoneses, norteamericanos, rusos, indios y chinos, que quieren llevarse a su país un recuerdo “auténticamente bávaro”.

A la moda, en lugar de cursi

En la otra compran sobre todo muniqueses o ex muniqueses que viven en el extranjero, lejos del lugar donde nacieron. “Mis clientes quieren llevarse al extranjero un trozo de patria moderna”, explica la dueña, Marion Marr. Añoran las rosquillas saladas, los chorizos blancos y las siluetas de ciervo. Compran tablitas para el pan, tazas y camisetas. Objetos modernos y a la moda, en lugar de rústicos y cursis. En la capital del Estado de Baviera existen ya tres de esas tiendas de souvenirs. Una se llama Obacht y la otra Servus Heimat.

En el barrio berlinés de moda Prenzlauer Berg, “Heimat” es sinónimo de sombreros y gorras. Heimat Berlin se llama la tienda de Sebastian Mücke (41) y Stefan Lochner (40). “Berlín fue hasta los años 30 del siglo XX una metrópoli multicultural y capital de la moda”, dice Markus Lang, gerente de la tienda. Stefan Lochner, que en realidad nació en la región de Allgäu, eligió el nombre de Heimat Berlin, porque ve a Berlín como su nuevo hogar. “‘Heimat’ es un sentimiento, el sentimiento de pertenecer a algún lugar”, explica Mücke, su socio. En el guardarropa también cuelgan trajes tradicionales del sur de Alemania y pantalones de cuero. Así traslada una porción de su antiguo hogar a la nueva capital... y ello es bien recibido.

Elegante y popular: “Heimat” como nombre

La pequeña colonia de artistas que tiene sus ateliers y talleres en una antigua fábrica en las afueras de Múnich, la “Alte Wiede-Fabrik”, discutió en enero de 2008 acerca del tema central de su exposición anual. “En realidad no discutimos sobre propuestas de temas, sino sobre el tema ‘Heimat’”, recuerda el pintor Carl Heinz Draxl. La discusión fue polémica. Los artistas se cuestionaron si no se trataba de un concepto empolvado, incluso reaccionario. Y se preguntaron si podía integrarse en el arte. El resultado fue una muy alabada exposición en octubre de 2008, con obras que dejaron ricas impresiones. Draxl, por ejemplo, pintó en forma de tiras cómicas, sobre gruesas tablas de mesa de cervecería y planchas de madera de construcción sin cepillar escenas tan cariñosas como irónicas de su Baviera natal y sus clichés.

“Heimat” se encuentra en Alemania hoy por todos lados. Así se han bautizado por ejemplo agencias de publicidad y estudios de diseñadores, así se han titulado películas; también existe música con ese nombre e incluso así se llaman veladas para jóvenes. Nuevas revistas y magazines en Internet se titulan Daheim, derivada de “Heimat”. Lo que hasta hace pocos años parecía imposible, es hoy un sobreentendido: una relación distendida y plena de humor con la propia identidad.

Muy bien se sintieron siempre los clientes y amigos en la peluquería de Luciana Monopoli (36) en Fráncfort. Tan bien, que Monopoli le cambió el nombre, bautizándola Deine Heimat Kollektiv. Con café y torta, ofrece también algo más que lavado, corte y secado del cabello. “Para mis clientes es como un segundo hogar”, explica la dinámica peluquera, que además ofrece un hogar a jóvenes diseñadores, como los de la marca Affentor, que exponen y venden sus colecciones en la peluquería.

El redescubrimiento de la provincia

El más conocido homenaje al concepto de "Heimat", también fuera de los límites de Baviera, es el largometraje de 2006 *Wer früher stirbt, ist länger tot* ("Quien antes muere, vive menos"). Casi dos millones de personas en toda Alemania vieron el filme de Markus H. Rosenmüller (38). La marea de nuevas películas sobre el tema "Heimat" es quizás la prueba más palpable de cuán distendida es la nueva relación con el concepto de "Heimat": *Winterreise*, *Räuber Kneißl* y *Das große Hobeditzn* son las más conocidas. Hay festivales de cine sobre el tema "Heimat" y series policiales localizadas en un entorno de "Heimat". Sus protagonistas viven en provincias, hablan dialecto y se sienten bien en su entorno. Su lenguaje ya no se percibe como simplón o conservador, sino como auténtico y vivo.

La provincia, escribe Matthias Hohnecker en el diario *Stuttgarter Zeitung*, es allí donde las interrelaciones son aún abarcables. Es el espacio donde la vida late aún en forma reconocible. Y justamente en un mundo cada vez más complicado, los seres humanos añoran nuevamente la identidad y un lugar seguro. Un sitio manejable, donde se sienten bien, porque trae también recuerdos de la niñez y días felices. En otras palabras: "Heimat".

La palabra alemana "Heimat" es casi única, es como "kindergarten" o "kitsch". En otros idiomas existen para ese sentimiento las palabras "patria" o "madre patria". Heimat es otra cosa. En el idioma alemán, "Heimat" es sinónimo de origen. Es el entorno, el paisaje en el que alguien nació y el apego que se siente por él. Es la expresión del lugar de las propias raíces, de la familia y la niñez. O el lugar donde alguien se ha asentado y donde se siente bien. El término "Heimat" perdió hace tiempo el tufillo de empolvado y reaccionario: hoy es sinónimo de un orgullo distendido y alegre. Definitivamente atrás han quedado los tiempos en los que, como en el Tercer Reich, durante la dictadura nacionalsocialista, se abusó políticamente del término.

Birgitt Hölzel

Copyright: Goethe-Institut e. V., Redacción de Internet

Febrero de 2009