

Lo que permanece

En el documental 'What remains', Angelita cuenta la terrible violencia que sufrió su familia tras la Guerra Civil. El dolor no cesa.

JOSE DURÁN RODRÍGUEZ

Unas manos de señora mayor y sus dedos temblorosos acercándose a varias fotografías en blanco y negro, ajadas por el paso del tiempo. Un minuto de silencio en el que esos dedos se esfuerzan por tocar a las personas que aparecen retratadas en las fotos de un antiguo álbum. Así transcurre el primero de los 29 minutos que dura What remains, un documental a mitad de camino entre la antropología y el ci ne que muestra las consecuencias, todavía presentes, de los asesinatos y la violencia política en la provincia de Ciudad Real durante los primeros años de la dictadura franquista. Angelita, el silencio y la memoria son los protagonistas de esta historia.

En junio de 2012, los trabajos de exhumación en Abenójar (Ciudad Real) permitieron encontrar una fosa común con tres víctimas, asesinadas 71 años antes, el 2 de junio de 1941. Una de ellas era Daniel Yepes, tío de Angelita González Yepes, hoy vecina de un barrio a las afueras de Puertollano.

Mirando a cámara, Angelita, que tenía cinco años cuando mataron al hermano de su madre, cuenta que a Daniel lo sacaron del campo, de la finca Los Golosos, lo llevaron a la puerta del cementerio y allí lo fusilaron. Pero no fue al único.

A su padre, Manuel González Sánchez, encarcelado en Ciudad Real, le ejecutaron dándole una paliza en la celda. Todos los días iban a verlo a prisión porque no sabían cuándo le matarían, recuerda Angelita, hasta que un día no les dejaron. En el certificado de fallecimiento figura como causa una asistolia y la fecha, 5 de febrero de 1941.

"Es muy importante que sea ella quien lo cuenta. Lo más complicado es que se habla mucho del olvido, pero esta gente no se ha olvidado, lo han vivido en silencio muchos años. El problema es que no ha habido un reconocimiento de sus experiencias vividas, no ha existido desde lo privado y mucho menos desde lo público", explica a Diagonal Lee Douglas, autora de What remains junto a Jorge Moreno Andrés.

Las fuerzas represivas del nuevo orden también mataron a otros dos tíos de Angelita, uno en Almadén y otro en Ciudad Real. Liquidados los varones de la familia, los agentes de la Guardia Civil también quemaron los chozos donde vivían las mujeres en el campo, que tuvieron que huir a pueblos cercanos como Fontanosas y Navacerrada. "Las mujeres de las familias con represaliados han jugado un papel muy importante y complicado, queríamos contar con su voz", dice la realizadora.

Douglas y Moreno, vecino de Abenójar, conocieron a Angelita en mayo de 2014, en la ceremonia de entrega exhumados en 2012. En diciembre comenzaron a rodar en su casa las entrevistas que son el grueso del documental. Las revelaciones y los silencios. Los primeros planos. Las fotos familiares. Una de las preocupaciones con las que lidiaron fue que Angelita fuese partícipe del proceso y entendiese lo que estaban haciendo.

En mayo de 2015 ya tenían listo el documental, tras un montaje a distancia –ella en Nueva York, él en Españaen el que a última hora decidieron agregar la voz de Moreno como narrador.

Una vez terminado el trabajo, lo primero fue compartirlo con Angelita, sentarse con ella y verlo en su casa. También lo más satisfactorio, reconoce la productora: "Hay una imagen de los abuelos en una foto que tiene su primo y para Angelita fue muy emocionante verla en la pantalla".

El primer pase de What remains con público fue en el festival Margaret Mead de Nueva York el 25 de octubre. "Presentamos el documental a un público que no sabía nada de España, a lo mejor habían escuchado algo sobre Franco pero no conocían nada de la tragedia que han sido el silencio y el olvido".

Todos los días iban a ver a su padre a prisión porque no sabían cuándo lo matarían, recuerda Angelita

El 4 de marzo de este año lo proyectaron en el Festival de Cine de Castilla-La Mancha, un estreno al que también asistió Angelita, aunque le costó. "Decía que no tenía ropa para ponerse, que iba a estar muy nerviosa... al final la convencimos, se emocionó y dio las gracias a la gente por ir a ver el documental", recuerda Douglas. *Il*



El pavo que ni te quiso ni te quiere **NI TE QUERRÁ**

LUCÍA BASKARAN

Que la publicidad ha sabido adaptarse y apropiarse de los mensajes y estéticas de las contraculturas no es novedad. Dove lo hacía con sus "mujeres reales", VollDamm con "sé tú mismo, sean cuales sean las consecuencias", o Coca-Cola, preguntando "ċy si nos levantamos?". Ahora le ha tocado el turno a Pavofrío, que apropiándose del discurso "feminista" nos dice que "una sociedad equilibrada también ayuda a reducir el estrés". Ya en 2010, Pavofrío lanzaba un anuncio con el lema: "Porque no hay nada mejor que alimentar otro modelo de mujer".

El primero en incorporar la psicología y otras ciencias sociales a las relaciones públicas fue Edward Bernays. Al igual que a su tío Sigmund Freud, a Bernays le interesaba todo lo referente a los mecanismos de la psique. La diferencia era que sus clientes no eran individuos, sino empresas.

Corrían los años 20, y la compañía de tabaco Lucky Strike quiso ampliar el mercado incitando a las mujeres a fumar. Esta no era una tarea fácil. Por un lado, para las mujeres de aquella época, fumar en público era tabú. Por otro, tras realizar un estudio de mercado descubrieron que a las mujeres no les gustaba el color verde oscuro de los paquetes de Lucky Strike. Cambiar el color de los paquetes era demasiado caro, así que Bernays optó por hacer del verde el color de moda. Además de convencer a varios diseñadores para que incluyesen el verde en sus colecciones, Bernays conectó los cigarrillos Lucky Štrike al movimiento para la liberación de la mujer. Para ello, juntó a un grupo de mujeres y las hizo manifestarse en la Quinta Avenida, fumando y llamando a los cigarros "antorchas de la libertad". De repente, los paquetes de Lucky Strike no sólo combinaban con el color de moda, sino que ademas nacian toda una declaración de intenciones a favor de la igualdad. La campaña fue todo un éxito.

Viendo la difusión que el anuncio de Pavofrío ha tenido en redes, se podría concluir que ésta también ha sido una campaña exitosa; que los magos de la publicidad nos la siguen metiendo doblada; que, casi un siglo después, el "consumes, ergo eres" sigue funcionando para aquellos cuyo único objetivo final no es otro que el de vender un producto. *II*