

**MEDIOS, POLÍTICA Y ECONOMÍA EN ALEMANIA:  
AXEL SPRINGER, DER ZEITUNGSKÖNIG**

**Aurora Labio Bernal**  
**Lorena R. Romero Domínguez**  
**Departamento de Periodismo II**  
**Universidad de Sevilla**

**1.- Introducción**

La estructura mediática europea posee especiales características según la nación en la que nos encontremos. Quizás sea éste uno de los principales motivos que impide el consenso para redactar una directiva común en materia de concentración, ya que la herencia histórica ha marcado el desarrollo del sector de los diferentes estados miembros. No obstante, hemos de reconocer que la tendencia en todos los casos se encuentra en no poner muchas “puertas al campo” en el terreno de la comunicación, aunque el discurso político hable en todos los casos de garantizar la pluralidad. Se trata de un equilibrio de fuerzas entre lo que es y lo que debería ser, lo que de cualquier modo termina favoreciendo el libre mercado.

En el crecimiento de las compañías de medios han tenido que ver mucho las decisiones políticas que han ido reduciendo las limitaciones, a la par que aumentaban las posibilidades de concentración. En Estados Unidos, la existencia de una Comisión Federal de Comunicaciones ya ha demostrado la connivencia entre élite política y económica. Su razón de ser ha quedado más que desvirtuada ante las evidentes concesiones que sus comisionados, principalmente los del área republicana, han decidido aplicar. Para el caso europeo, no podemos hablar de una mejor situación, aunque sí más disimulada ante las continuas muestras de la Comisión Europea por regular en este terreno. La arbitrariedad, sin embargo, parece ser la nota común y, finalmente, la libertad para los magnates de comunicación resulta la mejor salida a tan espinosa cuestión. El resultado se

traduce en leyes nacionales que, en muchos casos, favorecen el crecimiento de algunas compañías y la expansión hacia otros países cercanos.

La actual situación, agudizada en los ochenta y los noventa, hunde sus raíces en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial. A partir de ese momento, el mundo cambia su estructura política y económica, lo que viene acompañado igualmente de un nuevo panorama comunicativo. La hegemonía de Estados Unidos y de las potencias vencedoras se dejará sentir en todo el mundo y, de manera especial, en aquellos países derrotados. El caso de Alemania constituye, sin duda alguna, el mejor ejemplo de esta influencia norteamericana, que tiene su más alto exponente en el grupo Axel Springer. En las siguientes líneas realizaremos un análisis de la compañía –que tendrá un carácter interpretativo– a través del que intentaremos demostrar una serie de hipótesis. La primera de ellas tiene que ver con la perfecta sintonía entre la estrategia expansionista del grupo y los planes reorganizadores de los Aliados en el contexto comunicativo alemán. En segundo lugar, nos interesará el estudio de Axel Springer como legitimador no ya de una determinada posición conservadora, sino de las bases que sustentarán la política neoliberal de la segunda mitad del siglo XX. Su reconocido apoliticismo, será sin embargo el argumento ideal para sustentar la democratización de su país en virtud de las nuevas directrices norteamericanas. En esta misión, destacaremos el papel de “iluminado” que el propio magnate se otorga en la reeducación del pueblo alemán, algo que no puede entenderse sin su marcado anticomunismo, su papel como reconciliador nacional y su convencida misión de dirigir a la opinión pública por el “buen camino” de los ideales capitalistas.

## **2.- Axel Springer: nacimiento, apoyos y estrategia propagandística**

Es algo ya constatado que el sistema de medios en Alemania tras la posguerra mundial fue diseñado por las potencias vencedoras (Kaase, 2000: 375-380). La idea de este control se encontraba en educar a los ciudadanos de la parte occidental del país en principios que tuvieran que ver con la democracia y la pluralidad, apartando la sombra del reciente pasado.

Es en este contexto en el que se desarrollará la expansión del grupo Axel Springer. La aventura mediática del magnate alemán comenzó en Bendestorf, una pequeña ciudad de la Baja Sajonia en la que se refugió la familia Springer en 1945 cuando sus propiedades quedaron destruidas tras el ataque lanzado sobre la comarca de Altona (Hamburgo), donde Hinrich, su padre, había establecido a mediados del siglo XIX la editorial Hammerisch & Lesser. Fue en este enclave de la ciudad hanseática donde Hinrich Springer se encargaba de la impresión del diario *Altonaer Nachrichten*, cuya sede se convertiría años más tarde en el escenario en el que el joven Springer tuvo su primera toma de contacto con el sector de lo impreso. Décadas más tarde, y hasta su muerte, despuntaría en él como uno de los empresarios más voraces y daría buena cuenta de su segundo nombre, “César”, con el cual le gustaba bromear cuando contestaba al teléfono: “*Hier spricht der König selbst*” (“Le habla el mismísimo rey”).

El abandono de los estudios en el Instituto Ernst-Schlee le permitió con 16 años comenzar su aprendizaje en el negocio paterno y en la fábrica de papel Schröderschen Papierfabriken Sieler & Vogel, hasta que en 1932 entró como aprendiz de periodista en la agencia Wolffsches Telegraphisches Büro (WTB) y en el periódico *Bergedorfer Zeitung*, antesala de su trabajo como redactor en el *Altonaer Nachrichten*, donde llegaría a desempeñar entre 1934 y 1941 el cargo de redactor jefe. En la década de los cuarenta, no obstante, la carrera del joven Springer se vio truncada cuando la cabecera editada en Hamburgo fue suspendida por los nazis. Tras la clausura del periódico publicado por su padre desde mediados del siglo XIX, Hammerisch & Lesser concentró su actividad en la producción de libros hasta su cierre en 1944 por orden del Ministerio de Propaganda e Información de Goebbels.

Sin embargo, ninguno de estos varapalos hizo desaparecer del horizonte de Axel Springer sus inquietudes periodísticas y empresariales. Su oportunidad llegaría en 1946 cuando, a pesar del férreo control de las publicaciones por parte de los Aliados en Alemania, Axel Springer consiguió una de las licencias concedidas por los poderes de ocupación para publicar una revista mensual en lengua germana, *Nordwestdeutschen Hefte*. Era éste el primer paso de una empresa de mayor envergadura gracias a la cual Springer esperaba poder

concretar su ansiado sueño: la fundación de un gran periódico independiente y de carácter comercial con el cual dirigirse personalmente a la opinión pública y gracias al cual forjar un imperio comunicativo en el sector de lo impreso.

Para esta incursión en un terreno que tan bien conocía, contaba Axel Springer con tres importantes “ventajas”. En primer lugar, su férrea conciencia (casi una visión, derivada de su profunda creencia religiosa y su propia consideración como mesías de los tiempos modernos) de construir la mayor editorial de toda Europa tras la guerra; en segundo, un capital consistente en un viejo Opel 4 y una reserva de papel que bajo la indicación de su amigo Felix Jud, un librero judío, había comprado; en tercer y último lugar, el beneficio que obtendría de un sistema que trataba a toda costa de controlar la emisión de información en una Alemania recién liberada de la ideología nazi, desde el momento en que los planteamientos ideológicos de Springer y los Aliados coincidían en lo esencial a la hora de plantear el nuevo orden mundial.

De hecho, los Aliados reconocerán pronto en el magnate una perfecta sintonía con su estrategia de expandir las bondades occidentales en la reconstrucción alemana. Este punto de vista común se verá compensado con la concesión de licencias al grupo, que pudo así sacar a la calle cuatro publicaciones, participar en tres editoras diferentes y continuar con la producción de libros (Kruip, 1999: 25-27). A cambio, las publicaciones del grupo se encargarán de difundir un mensaje propagandístico a favor de los principios que sustentan las democracias occidentales. Marcado por un fuerte moralismo, el magnate alemán expresará su profundo sentimiento de admiración hacia el liderazgo norteamericano en el contexto mundial. La estrategia de Springer incluía también consignas propias del Nuevo Orden planetario que se dirigían a advertir del peligro terrorista y del totalitarismo para la defensa de la democracia, la libertad y la justicia. Esta consideración nos permite constatar cómo el grupo alemán se pone al servicio de la política norteamericana de la época, descrita por Noam Chomsky de la siguiente manera:

“La presunción subyacente es que existe un orden estable internacional que Estados Unidos debe defender. Los contornos generales de este orden

general fueron desarrollados por planificadores de EEUU durante y después de la Segunda Guerra Mundial. Reconociendo la escala extraordinaria del poder de EEUU, propusieron construir un sistema global que estaría dominado por Estados Unidos y dentro del cual florecerían los intereses empresariales de EEUU” (Chomsky, 1992: 38).

Está claro que en este contexto, la potencia norteamericana considerará como una amenaza a sus planes la existencia de la Unión Soviética, primero, y el triunfo de la revolución cubana después. El enemigo a batir será, por tanto, el comunismo, la bestia negra de los mandatarios estadounidenses, a la que había que hacer frente a través de diferentes mecanismos. Uno de ellos será la alabanza al libre mercado que, en ocasiones, se revestirá de una aparente preocupación por conseguir sociedades más igualitarias. Un ejemplo de esto que decimos se encuentra en la Alianza para el Progreso (Harnecker, 2000: 12-13) ideada por Kennedy a comienzo de los sesenta y cuya intención, no podemos olvidarlo, se dirigía no a una altruista ayuda hacia los países más desfavorecidos, sino a evitar la expansión de lo que más temía: el comunismo.

Tal y como veremos a continuación, Axel Springer hará también suya esta cruzada anticomunista. El favor que recibiría del sistema de información aliada, gracias a la consecución de licencias, lo erigiría en pocos años en el representante de una opinión pública aleccionada ideológicamente por valores como el Estado del Bienestar, el sentimiento de culpabilidad colectiva del pueblo germano, el apoyo al Estado de Israel y la feraz oposición al comunismo que amenazaba, a decir de los Aliados, la paz en Occidente. De hecho, resulta sorprendente la coincidencia entre el espíritu que animaba al general norteamericano McClure, responsable de la Psychological Warfare Division (PWD), centrada en labores comunicativas en la Alemania ocupada, y a Axel Springer, como se comprueba en las siguientes declaraciones de ambos personajes a finales de los años cuarenta:

*“Die Deutschen brauchen sich keine eigene Meinung zu bilden - das muss ihnen gesagt werden”* (“Los alemanes no necesitan formarse ninguna opinión, sino que debe decirse lo que pensar”) (McClure) (Völker, 2000).

*“Ich war mir seit Kriegsende klar, dass der deutsche Leser eines auf keinen Fall will, nämlich nachdenken”* (“Tras el final de la guerra me quedó claro que lo que no quería bajo ningún concepto el lector alemán era tener que pensar”) (Springer) (Spiegel, 2006).

No resulta baladí detenerse, por un momento, en el sistema de publicación instaurado por los poderes aliados en la capital germana, puesto que va a ser precisamente esta regulación del espacio informativo el que nos ayude a entender los mecanismos implantados para aleccionar a la población según unas coordenadas -las esperadas por los Aliados en detrimento de la amenaza comunista- de las que Springer se va a beneficiar en su misión social de construir a través de su empresa periodística la nueva Alemania que debía emerger ante el atento control de los vencedores en el conflicto.

### **3.- El monopolio informativo del *Licensystem***

Podríamos definir el engranaje informativo alemán de la posguerra como un auténtico *black out* de los periódicos nacionales y un fortalecimiento, en paralelo, de los diarios editados por los poderes de ocupación para informar a los ciudadanos sobre las bondades del nuevo régimen. El sustento jurídico para la situación informativa imperante la impondría el gobierno militar mediante una ley aprobada en noviembre de 1944, según la cual se establecía que sólo aquellas personas que pudieran demostrar que no tenían ningún antecedente nacionalsocialista estaban capacitados para ejercer la profesión periodística tras el fin de la Segunda Guerra Mundial. Con este riguroso proceso de selección se trataba de evitar que los antiguos editores e impresores de la época nazi pudieran recobrar su protagonismo y, al mismo tiempo, se pretendía enseñar a los alemanes que la democracia y el Estado del Bienestar (no la dictadura de Hitler o la nueva de signo comunista) eran los únicos planteamientos ideológicos viables.

El sistema de licencias se mantendría hasta que las regiones ocupadas pudieran garantizar por ellas mismas la libertad de prensa; una circunstancia que los Aliados cifraban en los siguientes hechos: la articulación de un mecanismo de

protección ante la difusión de noticias falsas; la expulsión de cualquier vestigio nazi de los estamentos periodísticos; el establecimiento de un procedimiento de control para la emisión de permisos de publicación; y, finalmente, la imposibilidad de retirar el sistema de licencias instaurado por los Aliados mediante alguna disposición emanada de cualquier autoridad alemana. Junto a la construcción de los cimientos de esta particular estructura informativa se acometería, asimismo, la re-educación de los informadores según la tradición periodística de los poderes de ocupación, una tarea fundamentalmente impulsada por los norteamericanos y su Information Control Division (ICD). Esta estrategia orientada a conseguir la democratización del país a través de la re-orientación de las prácticas profesionales de sus periodistas quedaba recogida en los acuerdos firmados durante la Conferencia de Potsdam y se concretaba en las cinco “De’s”: “Democratización”, “Des-nazificación”, “Des-militarización”, “Des-cartelización” (en referencia a la supresión de prácticas de monopolio en el sector industrial alemán) y “Descentralización”. Para ello, los Aliados establecieron como estrategias la supresión de los periódicos de información general (pues a través de ellos el público recibía información poco trascendente sobre sucesos, escándalos y demás noticias locales); el freno ante las prácticas de monopolio en el sector impreso y la construcción de una prensa de carácter regional para fortalecer el sentimiento federalista.

Las intenciones informativas del nuevo mando no se quedaban sólo en el nivel profesional, sino que afectaba también a los lectores, a quienes el general McClure se refería diciendo que el público no necesitaba ninguna opinión que formarse sobre lo que estaba sucediendo, sino que debía ser el propio gobierno vencedor el que se la suministrara. Y ello incluía, naturalmente, la omisión total de cualquier crítica hacia los Aliados y hacia las medidas por ellos adoptadas desde el punto periodístico, tales como la publicación en exclusiva de noticias emanadas de sus fuentes o la instauración de un sistema de censura previa y *a posteriori* que limitaba la libre circulación de información a la cual había estado acostumbrado un país con una tradición periodística como Alemania. Esta encorsetada estructura erigida por los Aliados se mantendría hasta mayo de 1949, cuando se aprobó la Ley Fundamental para la República Federal Alemana, cuyo articulado reconocía expresamente la libertad de expresión y de prensa:

#### “Artículo 50

1.- Cada uno tendrá derecho a expresar y difundir su opinión por la palabra, el escrito y la imagen, y a informarse en las fuentes de acceso general. Se garantizan la libertad de prensa (Pressefreiheit) y la libertad de información a través de la radiofonía y del cinematógrafo. No se podrá establecer la censura.

2.- Estos derechos no tendrán más límites que los preceptos de las leyes generales, las disposiciones legales para la protección de los menores y el derecho al honor personal” (Appel, 1999).

Cuatro meses más tarde, el 21 de septiembre, entraba en vigor la nueva Ley de Prensa que venía a sustituir un sistema de control hacia el cual había mostrado cierto sector de los editores y los periodistas alemanes sus más aceras reticencias, porque sustituía la tradición impresa que el país había desarrollado desde hacía siglos por otra de carácter extranjero que imponía una opinión pública expresada en lengua alemana pero infundida de una ideología ajena al sentimiento de la nación. Una ideología que compartía, no obstante, Axel Springer y que manejaría a su antojo para hacerse con el control del mercado periodístico federal y regional, aunque bajo la atenta mirada de las altas instancias del gobierno de ocupación. De nuevo, en su forma de actuar, el magnate alemán será la excepción a las críticas de sus colegas, ya que compartirá plenamente la idea de decirle a sus lectores qué es lo que tienen que pensar. En un paso más hacia este objetivo supremo, Springer llegó a calificar el periodismo de investigación como un modo erróneo de ver la vida basado en posiciones extremistas.

#### **4.- La comercialización del anticomunismo y la reunificación**

En este contexto, como ya hemos mencionado, Springer iniciaba su aventura periodística no sin dificultades a pesar de sus afinidades ideológicas, porque las sucesivas licencias concedidas por los Aliados lo autorizaban sólo a la publicación de folletos de importancia menor o revistas como *Constanze* o *Hör*



zu. Aunque las tiradas de sus ediciones superaban los índices de las propias publicaciones de los órganos aliados (en referencia al *Neue Zeitung*, que cayó de los 2,5 millones de ejemplares en 1945 a 250.000 en 1949), en el ánimo de Springer no desaparecía la fundación de un gran periódico diario, guiado quizá por la profunda creencia en que estaba predestinado para ello y por su conciencia empresarial, sustentada sobre el lema de que “el conservadurismo se transforma en consumismo” en una época en la que habían quedado atrás la moral y el *ethos* de la propaganda nazi y empezaba a hablarse de la guerra por las tiradas y del debate sobre la participación (o no) del periodismo en las instituciones públicas.

Con estas premisas, Springer conseguiría publicar en 1949 su primer diario con licencia y, lo que resulta más sorprendente, no vinculado a ninguno de los partidos políticos creados en la posguerra alemana como disponía el gobierno de ocupación. El título que ahora nacía llevaba por nombre *Hamburger Abendblatt*, y Springer declaraba orgulloso que era el primer periódico de su categoría, es decir, enarbolaba la bandera de no ser dependiente de ninguna formación política, sino una publicación cuyo interés era estrictamente comercial (férreo seguidor de las leyes de mercado) y nacional (entusiasta de la reconstrucción alemana bajo los nuevos estándares ideológicos occidentales). Junto a estos principios, las líneas de orientación que marcarían el devenir del nuevo título serían el suministro de noticias veraces y una política sustentada sobre los valores de “Humanidad”, “Transparencia” y “Equilibrio”. A la vista de los resultados, podemos afirmar que el editor de Hamburgo había sabido interiorizar a la perfección el nuevo diseño de prensa importado por los Aliados: una prensa en la que la noticia era el producto estrella, donde era fundamental disponer de una agencia de noticias que suministrara informaciones referidas no sólo a Alemania, sino también al resto del mundo, con una clara tendencia al monopolio y donde lo decisivo era el refrendo de las tiradas; algo de lo que Springer podía estar tranquilo pues sus publicaciones se posicionaban bien en el mercado periodístico alemán que empezaba a recuperarse después de la guerra.

Tras la aparición del *Hamburger Abendblatt* la saga del ambicioso editor continuó con títulos como el famoso *Bild-Zeitung* (1952), concebido a semejanza de los tabloides sensacionalistas ingleses y definido por su creador como “una

respuesta impresa a la televisión”, *Die Welt*, *Welt am Sonntag* y *Das Neue Blatt* (1953), *Bild am Sonntag* (1956), *Berliner Morgenpost* y *B.Z.* (1959), *Mittag* (1964), *Funk Uhr* (1967), *Bergedorfer Zeitung* y *Lübecker Nachrichten* (1970), *Bildwoche* y *Bild der Frau* (1983), etc., títulos ideados por el propio Springer o comprados a otras editoriales para reforzar su presencia en el mercado nacional y en el regional con todo tipo de productos: periódicos “serios”, periódicos sensacionalistas, revistas semanales o mensuales de muy diversa temática, etc. En paralelo a esta ingente producción podemos apuntar su desenfrenada carrera por hacerse con el control de otras editoriales (Berliner Ullstein-Verlag, Münchner Verlage Kindler & Schiermeyer), con el objetivo de reforzar la que en 1947 había sido concebida como Axel Springer GmbH, la primera piedra del gigante periodístico al que ya se empezaba a definir como el *Presse-Tycoon*. Con esta fastuosa estructura ningún quiosco podía mantenerse ajeno a los títulos editados por su editorial, que en pocos años había conseguido hacerse con una importante cuota del mercado impreso germano: Springer era capaz de llegar cada día a más de 20 millones de alemanes.

La sorprendente historia de éxito del editor de Hamburgo había progresado gracias a su inagotable confianza en los valores de un mercado libre y en su rechazo a adscribirse a partido alemán alguno. Él mismo se había encargado de aclarar a su socio Ernst Naumann en 1948: “*Politik hat in meinem Hause nichts zu suchen*” (“La política no tiene nada que buscar en mi casa”), pero esto no implicaba que se sintiera el “elegido” para ser protagonista del contexto político internacional. No hay que olvidar los acontecimientos que se iban sucediendo en esas décadas de incertidumbre en una Europa dividida: la negativa de las potencias occidentales a aceptar el Plan Rapacki sobre creación de zonas libres de actividad nuclear en Europa, los debates sobre la posible reunificación Alemania, la creciente tensión entre el bloque capitalista y el comunista, etc. Unos sucesos ante los que no podía quedar impasible el hombre de negocios que en su aventura por hacerse con las riendas del mercado periodístico alemán había ido forjándose un corpus en el cual la idea de la reunificación cobraba un inusitado protagonismo sobre otros puntos de su pensamiento, tales como la reconciliación entre los pueblos judío y alemán, el desprecio hacia cualquier tipo de totalitarismo, la

defensa de la creación de un mercado social para alcanzar el Estado de bienestar, etc. (Spiegel, 2006).

Como propietario de la mayor empresa de comunicación existente en la Alemania occidental, Springer entendía, consecuentemente, que debía emprender su primera misión política para lograr de la Unión Soviética su mediación en la reconciliación de la República Federal y la República Democrática de Alemania. De este modo, viajó en 1958 a Moscú para entrevistarse personalmente con Nikita Krushev y exponerle sus ideas al respecto. Sus argumentos para convencer al líder soviético se encontraban en destacar los beneficios de la economía de mercado que permitían vivir cómodamente a los ciudadanos occidentales, algo que contrastaba evidentemente con el bajo nivel de vida de los de la parte oriental. El razonamiento le parecía tan fuera de alguna duda, que le resultaba impensable que los soviéticos no pudieran aceptar su propuesta. El resultado de esta “empresa” fue un auténtico fiasco para el magnate alemán, quien no comprendía cómo se le había infravalorado por parte del bloque soviético; él, el hombre que había conseguido conducir, gracias a sus innumerables publicaciones, la opinión pública alemana hacia su propio punto de vista. Springer acudía a Moscú como representante del pueblo alemán y cuando sus indicaciones sobre la solución al conflicto germano no fueron tenidas en cuenta por el bloque soviético, el magnate sentenció en sus órganos de difusión que desde Occidente no debía esperarse ninguna colaboración por parte de los comunistas y que los pasos más firmes debían darlos los alemanes forjados ideológicamente por sus propios medios de comunicación. De la decepción de Springer deja una clara muestra el hecho de que de tan decisivo encuentro en Moscú sólo trascendiera a sus periódicos una breve noticia en la que se publicitaba la entrevista del magnate con Krushev, pero de la que él mismo animaba, curiosamente, a desconfiar.

A partir de ese momento, la actitud de Springer hacia el bloque soviético se tradujo en una marcada hostilidad de la que daban buena cuenta los mensajes de sus publicaciones, donde se hablaba de la “demoníaca fuerza” de los soviéticos y de la “tiranía” reinante en la República Democrática Alemana. De hecho, la construcción de su majestuosa sede en Berlín occidental al lado del muro no era casual, pues el propio Springer había “confesado” la posibilidad de controlar

desde este enclave todo lo que sucedía al otro lado de la frontera, donde la democracia dejaba paso al totalitarismo. Su viaje a Moscú había sido un auténtico punto de inflexión para el magnate periodístico, quien no dudó en presentarse a partir de ese momento ante la opinión pública como “apóstol” del patriotismo alemán, encargado de liberar a la población esclavizada por los soviéticos y de llevar a término la decisiva tarea de la reunificación, los dos pilares ideológicos sobre los cuales sustentaría buena parte de sus mensajes ante la opinión pública alemana, y también ante quienes ansiaban acercarse a la democracia occidental. Tal es así, que en 1974 decidió financiar la revista *Kontinent*, una publicación de carácter anticomunista difundida en los países del bloque soviético y que fue perseguida desde Moscú, aunque contaba con el beneplácito de los poderes occidentales.

La experiencia soviética le sirvió aún más a Springer para reafirmarse en su abierta defensa de la libertad de mercado y en posiciones cada vez más conservadoras. Lo que más sorprende es que lo hiciera desde el absoluto convencimiento de proporcionar a través de sus publicaciones la auténtica concepción real del mundo. Según sus propias palabras, eran los fascistas y los comunistas los que tenían una visión equivocada de lo que pasaba y era esto precisamente lo que les obligaba de manera constante a buscar algo que revelar a la opinión pública. Su ideario conservador se basaba además en una simplificación de las aspiraciones que debían de tener los ciudadanos. Siguiendo las instrucciones reeducadoras de los Aliados incluso después de los años de ocupación, el magnate alemán no dudaba en afirmar de manera paternalista:

“La Economía de Mercado Social implica la obligación hacia la riqueza común y la del vecino. Implica un sistema de orden dirigido por la responsabilidad, el mercado y la competitividad en el contexto de la realidad humana. La Economía es la fuerza que conduce a la felicidad de los humanos” (Kruip, 1999: 22).

Por supuesto, estos principios eran además considerados como incuestionables y la crítica estaba fuera de toda duda, a no ser que proviniera de un peligroso comunista. Precisamente, su marcado anticomunismo le crearía

numerosos enemigos en su desenfadada carrera hacia la reunificación. Springer sabía que era vigilado por la Stasi, la policía secreta de la RDA (incluso se habían infiltrado algunos agentes en su empresa como redactores), y de que su nombre aparecía con frecuencia en los archivos del *Ministerium für Staatssicherheit*, relacionado con una importante trama de banqueros y redes mafiosas de la que el editor trataba de distanciarse con su imagen pública de católico convencido y conservador en pro de la democracia y el Estado del Bienestar. Pero su frontal oposición al régimen desarrollado al otro lado del muro, del que informaban sus publicaciones cuando otras empresas periodísticas habían optado por mantener un discreto segundo plano hacia los vecinos del Este, le ocasionó también problemas en su propio “país”, donde grupos vinculados con la izquierda lo convirtieron en el blanco de sus ataques por considerarlo, paradójicamente, un nazi.

Las manifestaciones de estudiantes del año 68 se concentraban delante del edificio de la editorial en la Kochstrasse y el lema enarbolado era que la prensa de Springer se alzaba majestuosa como máximo exponente de una sociedad represiva; una sociedad que había cargado contra los estudiantes, hiriendo, entre otros, a Rudi Dutschke, líder de la Liga Nacional de Estudiantes Socialistas (*Sozialistischen Deutschen Studentenbundes*). Asimismo, el magnate del periodismo pasó a engrosar la lista de objetivos de atentados de la RAF (*Rote Arme Fraktion*) y desde entonces le inundó la sensación de ser uno de los hombres más perseguidos en Alemania. Esta impresión se vio coadyuvada por la creciente tensión con Willy Brandt, alcalde desde 1957 de Berlín, la ciudad desde donde Springer controlaba su imperio mediático, y canciller entre 1969 y 1974, años en los cuales desarrolló su famosa “*Ostpolitik*”, que pretendía acercar la RFA a los países del bloque soviético, una decisión contra la que el magnate se mostraba ciertamente enojado por sus planteamientos anticomunistas. Desde los sectores más progresistas de la intelectualidad alemana se le empezó a considerar, entonces, uno de los más destacados apologistas de la Guerra Fría, además de nuevo ideólogo del nacionalsocialismo, tal y como lo definían Adorno, Böll, y Mann, entre otros. Él, sin embargo, nunca entendió el carácter de dichas críticas, quizá por su marcado conservadurismo y sus profundas creencias religiosas.

Con dicha conciencia, y al margen de los episodios de persecución que lo acompañaron en tan convulsas décadas, Springer defendería hasta su muerte el programa de reconstrucción ideológica de los Aliados, unos valores que le habían permitido en la década de los cuarenta poner los cimientos de su imperio mediático. No obstante, se trataba de una relación de mutua dependencia gracias a la cual los poderes de ocupación pudieron gozar de un canal sin parangón para la difusión de las ideas que debían regir el mundo de la posguerra y sobre las cuales se sustentaría el panorama mundial posterior. Esta connivencia entre Springer y los Aliados, que le llevaba a contar con el visto bueno de ingleses y americanos en cada una de sus iniciativas, despertaría ciertas sospechas sobre las posibles conexiones con la CIA y sus ayudas financieras, aunque no se ha podido demostrar nada al respecto. Sí es evidente, por otra parte, que Springer era siempre visto como un valedor de los principios de la política neoliberal de Estados Unidos durante buena parte del siglo XX y que esto le había llevado a ser considerado una persona más que grata para el gobierno de aquel país.

En Alemania, mientras tanto, Springer se mantuvo cada vez más como férreo defensor de la CSU, proporcionando en más de una ocasión donaciones al partido (Labio Bernal, 2006). Atrás quedaron, entonces, los años de sometimiento absoluto a las consignas norteamericanas, sobre todo a partir de 1985, cuando falleció Axel Springer y la amenaza comunista sobre la cual el magnate había sustentado buena parte de su campaña propagandística empezó, a tenor de los acontecimientos políticos, a derrumbarse.

A pesar de ello, es innegable que la herencia dejada por su fundador se seguirá sintiendo en el seno de la compañía y en los medios que posee. Por este motivo, cualquier movimiento que realice será especialmente observado por la izquierda alemana, que vigila que no se produzcan prácticas monopolísticas en la estructura mediática del país. De hecho, el último vaivén protagonizado por la compañía ha sido finalmente desautorizado por las autoridades de la competencia. Se trataba de adquirir el control de las televisiones *ProSieben*, en manos del empresario Haim Saban, quien había logrado hacerse con ellas tras el desmoronamiento del imperio mediático de Kirch. De esta manera, Springer retomaba sus relaciones con el que hasta 2002 había sido accionista de la

compañía, pero finalmente se ha tenido que conformar con no poder dominar el audiovisual alemán, como ha hecho desde los años cuarenta con el sector de lo impreso. El informe anual de Axel Springer GmbH, presidida en la actualidad por Mathias Döpfner, nos muestra un conglomerado multimedia que ha conseguido extender sus tentáculos más allá de las fronteras alemanas. Sin embargo, no ha renunciado al preámbulo de 1967, algo que no deja de resultar trasnochado y que sigue demostrando la adscripción de la compañía a las bases que sustentan el actual sistema capitalista liderado por Estados Unidos. Lo que resulta más curioso es que, transformado el enemigo comunista en la amenaza islamista, el grupo de Axel Springer sigue encontrando justificados sus principios en medio de una campaña de propaganda norteamericana realizada a nivel mundial. Sin lugar a dudas, el conglomerado ha decidido situarse de nuevo y de manera explícita en el “eje del bien” y lo ha combinado, perfectamente, con la expansión de sus negocios y su entendimiento con la derecha alemana.

## Bibliografía

Appel, J. (1999): "Massenmedien in der Zivilgesellschaft", en *Auf dem Wege zur Zivilgesellschaft*, Heft 3/99, Landeszentrale der politischen Bildung Baden-Württemberg.

Chomsky, N. (1992): *Ilusiones necesarias*, Ed. Libertarias/Prodhufo, Madrid.

Harnecker, M. (2000): *La izquierda en el umbral del siglo XXI*, Ed. Siglo Veintiuno de España, Madrid.

Kaase, M. (2000): "Germany: A society and a Media System in Transition", en Gunther, R. y Mugham, A.: *Democracy and the Media*, Cambridge University Press, United Kingdom.

Kruip, G. (1999): "Restricted Support. The Role of the Axel Springer Verlag in the Process of Werternization", en Conference Paper on the Web, The American Impact on Western Europe: Americanization an Westernization in Trasatlantic Perspective, Conference at the German Historial Institute, Washinton, D.C., March, en [www.ghi-dc.org/conpotweb/westernpapers/kruip.pdf](http://www.ghi-dc.org/conpotweb/westernpapers/kruip.pdf)

Labio Bernal, A. (2006): *Comunicación, Periodismo y Control Informativo*, Ed. Ánthropos, Barcelona.

Völker, E. (2000): "Print-Presse nach dem zweiten Weltkrieg in der amerikanischen Zone", Georg-August-Universität, Göttingen.

Wilke, J. (1999) (ed.): *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*, Bundeszentrale für politische Bildung, Köln.

- (2000): *Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte. Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert*, Böhlau Verlag, Köln.

"Der Erlöser aus Altona", en [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de) (consultado el 28-09-2006).

"Der Verleger Axel Springer: Tänzer, Träumer und Tycoon", en [www.stern.de](http://www.stern.de) (consultado el 20-10-2006).

"Der Verleger. Der Fall Axel Springer", en [www.e-politik.de](http://www.e-politik.de) (consultado el 29-09-2006).