

SPRINGER

EMPERADOR DE ALEMANIA

SE le llama «el rey de la prensa», se habla de su «imperio de periódicos», se denuncia el inquietante «monopolio» que posee y hay que convenir que en todo esto no hay palabrería. Axel Springer, de cincuenta y cuatro años y con muchos más dientes, es el editor más importante de diarios, semanarios y publicaciones de todas clases, no sólo de Alemania Federal sino de toda Europa y se piensa que en cuanto a poderío no ha dicho todavía su última palabra.

En los años cincuenta controlaba el 21 por ciento de los diarios de la Alemania Occidental. Hoy controla el 40 por ciento y no es esto todo. Gracias a una vasta red de imprentas ultramodernas, repartidas en cinco ciudades, Axel Springer ha llegado a monopolizar la «fabricación» de cerca del 89 por ciento de todos los diarios cuya difusión desborda el cuadro regional. Además, Axel Springer posee el 69 por ciento de las acciones de todas las empresas periodísticas de Hamburgo, capital de la prensa en la Alemania Federal, y el 76 por ciento de las del Berlín Oeste. Finalmente, sin ser su propietario directo, hace llover y salir el sol sobre el 65 por ciento de todos los periódicos dominicales y del 40 por ciento de las publicaciones consagradas a la radio y a la televisión. La tirada total de las publicaciones de Springer es de 2.000 millones de ejemplares al año.

a partir de cero

Todos los días, cuatro millones y medio de alemanes occidentales compran el *Bild Zeitung*, periódico «leído por todo el mundo», un diario atiborrado de historietas —con preferencia principescas—, de escándalos verdaderos o fabricados, de noticias fútiles e hinchadas sin ningún pudor, de chistes dudosos e ilustrados con fotos «sensacionales» y, en lo posible, eróticas, con el que cada día inunda Berlín Occidental.

El diario más importante de Düsseldorf, la ciudad de los grandes banqueros e industriales del Ruhr, es *Mittag*. Semanalmente

aparece *Bild am Sonntag*, que tira unos dos millones de ejemplares, y *Hör Zu* (escucha), diario consagrado a la radio y a la televisión que tira cuatro millones. Todos estos periódicos forman parte del «Konzern», especie de super-trust de Springer, quien además se permite el lujo de publicar el diario *Die Welt*, cuya reputación de seriedad y sesudez es tan sólida como la de la mujer sentada de Copi. Este trust lo dirige desde un magnífico edificio de Hamburgo y desde otro, no menos suntuoso, de Berlín Oeste. Uno de esos hombres cuya biografía, a menudo deformada, empieza siempre así: «A partir del cero absoluto...», esta vez la fórmula parece verdad. Axel Springer partió de casi nada: bachiller e hijo de un pequeño editor del diario local de Altona, suburbio de Hamburgo. Allí aprendió el oficio, sobre todo en su vertiente comercial. Al estallar la guerra fue militarizado como todos los alemanes. Y al llegar la paz, como carecía de «ficha» hitleriana, obtuvo de las autoridades británicas de ocupación, una licencia para publicar una revista mensual: *Norddeutsche Hefte*. Supo hacerlo y la cosa se puso en marcha, pero no era ni el único ni el más importante de los editores autorizados. En 1948, Erhard, hoy canciller federal y entonces responsable de la economía alemana bajo el control de las potencias de ocupación, procedió a la reforma monetaria que produjo el «milagro económico». A los alemanes emprendedores se les dio el mismo consejo que Guizot ofreció en otro tiempo a la burguesía francesa: «¡Enriqueceos!». Axel Springer no se hizo rogar. Fundó la revista *Kristall*, destinada a un público simple y ávido de un sensacionalismo sin sangre que le hiciera olvidar cinco años atroces de guerra. Gracias a la reforma monetaria (y a los Estados Unidos), el dinero circulaba y no se pedía más que gastar, comprar y leer: era el gran «boom» de la prensa.

lo más bajo posible

En 1946, comprendiendo antes que los otros que una publicación dedicada a la televisión

y la radio tendría el éxito asegurado, Springer lanzó *Hör Zu*. Después, se dedicó a comprar todas las imprentas y periódicos que encontró a mano por modestos que fuesen. No le faltaron los medios: los banqueros, adivinando en él al hombre de negocios de altos vuelos y previendo el boom de la prensa, le concedieron todos los créditos que quiso.

Axel Springer supo servirse de ellos. Comprendió —como siempre, antes que los demás— que apuntando lo más bajo posible un periódico tiene aseguradas todas las probabilidades de éxito en una sociedad de fácil consumo, donde lo que quiere el lector —y se dice que para justificarse— es estar informado brevemente de cosas que no le quiten el sueño. Entonces fundó el *Bild Zeitung*, ya citado, que pretende «informar» a unos quince millones de personas, pero sometién-dolas, en realidad —como ha escrito un sociólogo alemán—, «a una bestialización sistemática al ofrecerles una visión de las cosas destinada a despertar sus más bajos instintos».

En Berlín Oeste, la prensa de Springer también es sensacionalista. Este tipo de periódicos existe en muchos países, pero los de Springer, diarios o semanarios, están mucho más «orientados» y sus características, dentro del género, son más típicas: son, sin excepción alguna, conservadores y de un estilo «todo va bien» que continuamente es denunciado por los pocos periódicos liberales de la República Federal, como *Die Zeit* y *Der Spiegel*. Springer vende escándalo y sensacionalismo, pero además tiende a darle a todo lo que publica su marca reaccionaria y antisindical: de esta manera consigue —contando que suma decenas de millones de lectores— «hacer» la opinión y, en cierta medida, fabricar las elecciones. Ministros y hombres públicos temen a sus montañas de papel impreso. Es tan poderoso como los grandes industriales y banqueros del Ruhr, con los cuales mantiene las mejores relaciones. En todo el mundo es recibido por los «grandes» y este «revanchista» puede incluso presumir de ha-



El cuarenta por ciento de los salarios de Alemania Federal, el ochenta y nueve por ciento de la prensa alemana, están controlados por Axel Springer, ya directamente o a través de sus imprentas. «Die Welt» es el diario serio del trust con el que Springer intenta justificar una prensa sensacionalista, puramente comercial.

berlo sido por Krutchev en persona, cuando todavía ocupaba el poder.

Sin embargo, su apetito no está satisfecho todavía. Acaricia dos proyectos. El primero, meterle mano a las grandes revistas ilustradas que se le escapan en parte, como Quick, Revue y Stern, que tiran varios millones de ejemplares y que se imprimen en sus posesiones. El segundo es mucho más ambicioso: adquirir una de las cadenas más importantes de la televisión alemana.

Hace poco, todos los periódicos del «Konzern» se lanzaron a una campaña impresionante. Según ellos, los quinientos editores de periódicos de la República Federal deberían agruparse y controlar la segunda cadena de televisión alemana para oponerse al «monopolio» que detenta en materia de publicidad. Esta cadena, deficitaria, pero «sana» desde el punto de vista de la información, es la que Axel Springer (está claro que fue él el inspirador de la campaña) quisiera confiar demo-

cráticamente —como se atreve a decir— a los editores que él mismo controla. «¿Democráticamente?». Sobre este asunto, Der Spiegel, semanario independiente, dijo: «Supone tanto como hablar de una alianza igualitaria y los países del Benelux...».

Pero el ataque se ha desencadenado y nadie puede decir que un día Axel Springer no pueda llegar, con su imperio periodístico, a anexionarse una provincia de la televisión.

GERARD SANDOZ