

UDO ULFKOTTE

Periodistas Comprados

**Cómo los políticos, los
servicios secretos y las
altas finanzas dirigen los
medios de comunicación
alemanes**



KOPP

Copyright © 2014 at Kopp Verlag eK, Bertha-Benz-Strasse 10, D-72108 Rottenburg All rights reserved

Cover design: Jennifer Hellwagner eBook production: GGP Media GmbH , Pößneck 978-3-86445-164-5

Las informaciones publicadas han sido redactadas con gran cuidado por el autor y el editor y han sido comprobadas. Sin embargo, no se puede dar ninguna garantía. Asimismo, se excluye toda responsabilidad del autor o del editor y sus agentes por daños personales o materiales.

Le enviaremos nuestro directorio de publicaciones

Kopp Verlag eK Bertha-Benz-Strasse
10 D-72108 Rottenburg Email: info@kopp-verlag.de
Tel .: (07472) 9806-0 Fax: (07472) 9806-11

Nuestro programa de libros se puede encontrar en Internet en www.kopp-verlag.de

Si todos los periodistas, como son ellos, estuvieran encerrados en la cárcel, seguramente no habría tantos inocentes encerrados como ya hay en la cárcel.

Christian Friedrich Hebbel (1813-1863),
dramaturgo y poeta alemán

El 16 de agosto de 2014 murió mi amigo paternal Peter Scholl-Latour. Hace tiempo que me había dado en 2010 el impulso para escribir este libro. Le agradezco su amistad y sus consejos. Y rindo homenaje a la obra de su vida. Sin él, este libro nunca habría sido así. Está dedicado con profunda gratitud a mi esposa Doris y al Dr. Thomas Urbach, que me salvaron la vida de una situación casi desesperada. Sin su rápida, abnegada y ayuda desinteresada no podría terminar este libro.

Todas las personas nombradas en este libro niegan una proximidad pegajosa a organizaciones de élite.

También niegan ser grupos de presión. También se niegan a sí mismos "corruptos, como dosis de a la élite" para hacer. Y niegan haber perdido como periodistas con proximidad a los citados grupos la mordida periodística. Niegan que la dosis esbozada a Usted

Impacto de la información. Todos los referidos en este libro

Las organizaciones niegan ser organizaciones de presión y/o periodistas y/o querer influir en la opinión pública. También niegan tener contactos con los servicios de inteligencia.

Sumario

PRÓLOGO.....	8
Capítulo 1.....	24
Libertad de prensa simulada:.....	24
Experiencias en editoriales.....	24
La verdad, ¿exclusiva para periodistas?.....	24
Verdades compradas:.....	29
De redes de élite y servicios secretos.....	29
Cómo me sobornó una petrolera:.....	38
FAZ: Detrás de todo esto hay a veces una cabeza corrupta.....	42
Cómo financian los periodistas sus villas en la Toscana.....	52
Bien lubricado:.....	55
El sistema de dudosa reputación de los premios de periodismo.....	55
Entrevistas de cortesía, viajes de relaciones públicas y fraude fiscal.....	64
Compañeros de borrachera:.....	70
El trabajo sucio de los periodistas.....	70
Mal timo:.....	73
Así se engaña a los clientes de publicidad.....	73
La espiral del silencio:.....	75
Lo que no sale en los periódicos.....	75
Hoy arriba, mañana abajo:.....	82
Ejecuciones mediáticas.....	82
Capítulo 2.....	85
Nuestros medios de comunicación:.....	85
Desalineados, obedientes a la autoridad y poco dispuestos a investigar.....	85
Thilo Sarrazin:.....	86
Un héroe popular es condenado.....	86
Propaganda:.....	88
Llegan los prusianos de los Balcanes.....	88
Los trucos de engaño verbal de la política y los medios de comunicación.....	91
La pérdida de credibilidad.....	93
Capítulo 3.....	95
La verdad encubierta:.....	95
Periodistas alfa en línea con las élites.....	95
Fórmate una opinión.....	100
Periodismo de padrinos:.....	105
Forma tu poder.....	105

¿Qué es lo que mueve a Kai Diekmann?.....	107
El Puente Atlántico.....	114
En manos de los servicios secretos.....	122
Los nombres: Contactos controvertidos.....	128
Adulación vergonzosa.....	136
Poder encubierto:.....	140
Técnicas clásicas de propaganda.....	140
Kallmorgen y Bohnen - Dudosos profesionales de las relaciones públicas y periódicos de renombre.....	147
Los trolls de Obama:.....	150
La Quinta Columna estadounidense.....	150
El espíritu Rockefeller - la Comisión Trilateral.....	153
En memoria del jefe de la FAZ Schirmacher: Conductor de tanques en el servicio civil.....	165
¿Comprando contactos con grandes nombres? Nobleza destruida.....	168
El círculo de poder de Bilderberg: ¿teoría de la conspiración o realidad?....	173
Capítulo 4.....	178
Cómprate un periodista sobornado informando.....	178
Dos tercios de los periodistas son corruptos.....	180
Favoreciendo favores:.....	184
Cómo hacer que los medios de comunicación cumplan.....	184
Al descubierto: Los beneficios adicionales.....	191
Lavado de cerebro: las tijeras en la cabeza.....	193
Votar con la cartera: los periodistas se convierten en casos sociales.....	199
¿Imparcial? El imperio mediático del SPD.....	203
Capítulo 5.....	208
Casos prácticos del frente propagandístico.....	208
El objetivo superior:.....	214
Amputación de la identidad alemana.....	214
La hora de los cuentos de Merkel:.....	216
Cómo miente el Gobierno Federal a la población.....	216
La batalla de las mentiras:.....	220
La propaganda de Sabine Christiansen y Ulrich Wickert.....	220
Publicidad de detergentes para una moneda:.....	231
La agencia de publicidad Mannstein.....	231
El fracaso de la democracia.....	235
Edición de la escena del crimen:.....	239
El lado turbio del mundo de los medios de comunicación.....	239

Qué hay que hacer.....	243
Epílogo.....	250
Observaciones.....	257

PRÓLOGO

¿LSD? ¿Crack? ¿Infusión de datura? ¿Cocaína? ¿Metanfetamina? Dada la cobertura de nuestros medios de comunicación de calidad, uno se pregunta cada vez más qué drogas se consumen en las editoriales. Muy cerca parece que no hay más. ¿Qué agitar la mañana sólo a su cereal? Contacto con la realidad, muchos periodistas han perdido obviamente. Mientras que millones de personas por ahí no saben por pura preocupación cómo hacer frente a la subida de los alquileres y los precios de los alimentos, en busca de ciertos periodistas para estar cerca de exactamente las élites que son responsables del sufrimiento de más personas. Y mientras la UE sólo puede retrasar mediante la impresión incesante de dinero las quiebras estatales, nuestros principales medios de comunicación solicitan en el espíritu de la élite financiera, la inclusión de otros países en crisis en bancarrota en la UE. ¿Demasiado crack? ¿Demasiado LSD? ¿O es la cocaína en las redacciones? Mientras los ciudadanos se hartan de los muertos de las misiones en el extranjero, ciertos periodistas se ponen el casco y secundan la explosión de los estadounidenses al planear nuevas misiones militares. ¿Son éstas las consecuencias de la metanfetamina?

Al mismo tiempo, nuestros periodistas alfa tienen un apagón total. De alguna manera o ella puede querer en todo caso no recordar ya cómo nos han escrito bellamente la guerra de Irak o la misión de Afganistán con gloriosas palabras. Como sólo se dio cuenta de la crisis financiera y el crash del euro, ya que todos los ciudadanos han sufrido sus efectos. Y cuando en 2014 se estrelló un avión de pasajeros sobre Ucrania, porque querían enviar a nuestros soldados a preferir un esfuerzo bélico inmediato contra Rusia antes incluso de que estuviera claro quién era el responsable del accidente, evitar el derramamiento de sangre promoviendo más derramamiento de sangre, un principio asesino. Sólo en Irak atestiguan los más de 100.000 civiles muertos que llegaron allí asesinados porque nuestros medios de comunicación - con muy pocas excepciones - había traído animó la guerra de Irak en Rapto alucinatorio tan frenético. Entonces, ¿quién o qué controla los lunáticos en nuestros medios de comunicación? ¿Tomar las drogas reales? O hace la locura sistemática razones completamente diferentes? De pie en el fondo ¿podrían los especialistas en propaganda? Anteriormente usted tendría todo seguro como La teoría de la

conspiración descartado. Pero hoy sabemos que los periodistas de los medios de comunicación de renombre es el objetivo principal de los "spin doctors" que quieren determinar el poder de interpretación de nuestros mensajes. Sobre todo, el gobierno estadounidense y los israelíes trabajan así. Hay incluso manuales sobre cómo deben afectarse los medios de calidad, (1). Está claro: quienes trabajan en medios de comunicación de calidad, deben enfrentarse a los grupos de presión, también contra los americanos e israelíes, tienen una extrema precaución. Como veremos, hacer ciertos periodistas todo lo contrario. Se siente muy bien evidente en las telas de araña por encima de todos los grupos de presión estadounidenses e israelíes. Y se jactan también, allí para ser envuelto, se refieren orgulloso de su "membresía" en los círculos controvertidos.

Si usted sabe más y más de tales antecedentes verificables, se puede ver nuestra "noticia" de repente en una luz diferente, sólo debe hablar de él es mejor no. Dado que los representantes de los medios de comunicación entienden entonces ninguna diversión, incluso en las emisiones de Satire. Autor Josef Joffe, un "Gran Periodista" (2) y cómo los evasores de impuestos condenados Theo Sommer (3) un jefe del semanario Zeit, demostró ser un aguafiestas y demandó con argucias legales, incluso a un programa satírico de ZDF, después de que este último informara brevemente de forma satírica sobre sus controvertidos contactos en redes extrañas.(4) Sería aún más agradable si los ciudadanos por ahí conseguir una mirada detrás de las escenas de el poder, ¿verdad? El experto en medios de comunicación Thomas Stadler escribe: "Para un buque insignia como el Zeit la acción legal de Joffe (...) contra la ZDF equivale a un juramento periodístico de divulgación". (5) No sólo para los periodistas del calibre de Josef Joffe, obviamente hay que tener mucho cuidado. (6)

¿También tiene la sensación de que los medios de comunicación le manipulan y mienten a menudo?

Entonces eres como la mayoría de la gente. Y como Karl Albrecht. Cuando el alemán más rico murió en julio de 2014 a la edad de 94 años. riqueza de más de 18.000 millones de euros murió a la edad de 94 años, nuestros medios de comunicación simplemente no sabían nada de su vida. Sólo había una foto. Y ningún detalle de su vida. El fundador de Aldi pensaba que la política es un negocio sucio, nunca quiso conocer a un canciller en su vida, sólo se apoyó en su propia familia en lugar de en la élite su propia familia, despreciaba los bancos y

las transacciones crediticias. Rechazó todos los honores y premios, incluida la Cruz Federal del Mérito. Y nunca dio una entrevista. ¿Por qué? Una cosa está clara: el ambicioso padre de familia no quería ser abusado por otros. Y no manipulado. Era convencido de que era bueno alejarse de muchas tentaciones. ¿Por qué hay cada vez más gente que piensa como Karl Albrecht?

El profesor Hans-Jurgen Bucher, científico de los medios de comunicación de Tubinga, escribió en su investigación "Lenguaje de los medios de comunicación" en 1991, que no debe pasarse por alto, "que la interacción entre la la prensa y la política se rige hoy por complicadas reglas a través de eventos informativos escenificados de prensa, las llamadas discusiones de fondo o mediante formas sutiles de formas sutiles de dirección de la prensa, "¿formas sutiles de dirección de la prensa? ¿Perdón? ¿Tenemos una "prensa controlada"? Eso parece una barbaridad para el ciudadano medio. Pero, como veremos, es la realidad. (7)

Hasta ahora se consideraba "teoría de la conspiración" cuando se cuestionaba por qué nuestros medios de comunicación actúan a menudo de forma alineada. Supuestamente todavía tenemos democracia y diversidad de opiniones. Pero fuera de la supuesta "teoría de la conspiración" es ahora una amarga realidad. Porque en este libro se revela una red de élite de grupos de presión. Y en nuestros medios de comunicación. ¿Si el multimillonario Karl Albrecht lo sabía y por eso se mantuvo al margen?

Ciertamente, los periodistas no deberían participar activamente en organizaciones de presión o en redes de élite ocultas. Pero muchos lo hacen. Y odian cuando son desenmascarados. (8) Pueden exponer paso a paso. Por último, hay muchas encuestas disponibles públicamente para su poder de interpretación, basado en la presencia en los principales periódicos y revistas. Usted tiene que buscar la referencia sólo a través de bases de datos electrónicas. (9) En un segundo paso, comparando el nombre encontrado con la lista oficial de grupos de presión del Bundestag alemán. (10) Y con las listas de Lobbypedia (11) , un proyecto de LobbyControl.

Luego se mira en que organizaciones de lobby tan desenmascarado los medios de comunicación están representados con su poder interpretativo, entonces un pequeño círculo organizaciones de élite secreta viene al final a la luz. Algunos periodistas ven entonces de repente no como periodistas sino que actúan más

como periodistas intérpretes. Parecen simular imparcialidad e independencia sólo para los espectadores. En otras palabras: Si usted recibió como periodista acceso exclusivo para hacer la élite círculos, lo que no significa al mismo tiempo que los que tienen uno permite este acceso es demasiado cerca de venir? entonces usted no es ya un periodista ya "corrompido"? uno, entonces no hace mucho tiempo una especie de impedimento de la mordedura de uno, es posible que ni siquiera han notado más de sí mismo? Todos los periodistas mencionados en este libro niegan haber perdido su impedimento de mordida por demasiado gran proximidad a las redes de la élite y/o "corrompidos" que han sido. Pero, ¿cómo va a ver el lector ver eso? Especialmente cuando tal vez incluso en los nombres de las organizaciones mencionadas o periodistas a WikiLeaks encontrar documentos de los informes secretos de la Embajada de Estados Unidos? (12)

Por qué hay sólo aparecen los nombres de ciertos medios de comunicación de calidad alemana en otra vez?

Todo un ejército de, a primera vista, reputados agentes que ganan dinero tratando de influir en el orden de los medios de comunicación extranjeros alemanes, como en las "organizaciones de amistad transatlántica" supuestamente sin ánimo de lucro: claro en este libro. Cuyo trabajo es mantener a las élites alemanas en la política y los medios de comunicación del bloqueo espiritual con Rusia y mantener el curso pro-estadounidense. Por último, Washington tiene objetivos claros, que incluyen una nueva Guerra Fría pertenece a Europa. (13) Y para ello necesita después de todos nuestros medios de comunicación clave como aliados. Un primer ejemplo: sólo durante muchos años, el Departamento de Defensa de Estados Unidos gasta miles de millones de ella para influir en las coberturas de los medios de comunicación en todo el mundo objetivo de la propaganda. (14) Las consecuencias de esta manipulación de la opinión también son fácilmente demostrables en el mundo de habla alemana (15) En el caso de la Embajada de EE.UU. en Berlín, se ha podido incluso pedir financiación si se quiere dirigir subversivamente la opinión pública en Alemania en el interés de Washington - lo demostraré:

Ya en 2005, el historiador y científico de los medios de comunicación Andreas Elter publicó un libro "Los vendedores de guerra: la historia de la propaganda estadounidense 1917-2005", mostró cómo los estadounidenses influyen en nuestros periodistas. Sorprendentemente, su trabajo ha sido (por desgracia) en

gran medida ignorado. Pero después se publicaron los documentos de WikiLeaks.

Y desde entonces, cualquiera puede hacer fácilmente su propia investigación en Internet utilizando un motor de búsqueda de WikiLeaks. (16), con qué frecuencia ciertos medios de comunicación clave mencionado en los cables secretos de la embajada por su nombre, debido a la cobertura pro-estadounidense. Es sorprendente que aquellos que están particularmente cerca de la antigua potencia ocupante EE.UU. obviamente ocultan mentalmente la información crítica de EE.UU. ¿En interés de Washington? ¿Qué está pasando?

El operador de la plataforma de Internet WikiLeaks se dedica así a la tarea de poner a disposición del el público documentos secretos de todo tipo. Así que hubo un 2010 como "CONFIDENCIAL / NOFORN (EE.UU.)", que es confidencial y disponible como clasificado accesible para los ciudadanos de EE.UU. memorándum para descargar, entre otros. Como su autor fue rebautizado como la "Célula Roja de la CIA", un equipo del servicio secreto, que tiene el mandato del director de la CIA, según sus propias palabras, de buscar "fuera de la caja" para fomentar la "oferta provocadora" y "puntos de vista alternativos". Y he encontrado un documento de los "spin doctors" del servicio secreto estadounidense, titulado "Afghanistan: Sustaining West European Support for the NATO-led Mission - Why Counting on Apathy Might Not Be suficiente". (17) El objetivo de la El documento secreto pretendía aumentar el apoyo a la apoyo a la guerra de la OTAN en el Hindu Kush en Afganistán. El público de Europa Occidental debía ser influenciados para aceptar el aumento esperado de víctimas en la primavera y el verano de 2010 con el aumento previsto del número de bajas, tanto entre sus propios soldados y entre la población civil afgana. Para ello, se dijo, se necesitaba un "programa de comunicación estratégica" hecho a medida programa para los países de la OTAN que aportan tropas. Y al fin y al cabo esto incluía a Alemania. El documento secreto mencionado no es otra cosa que una receta para influir en la opinión pública en los países de habla alemana - emitido por la CIA. Sorprendentemente, la CIA se basó en el documento secreto esbozó la influencia necesaria de la opinión pública alemana a la investigación de una organización transatlántica: el Fondo Alemán Marshall de los Estados Unidos. Que había encontrado en las encuestas que sólo un uno por ciento de los alemanes pensaba que la estabilización de Afganistán era el objetivo nacional más importante. (18) Y eso es exactamente lo que debería cambiarse. El público alemán fue alimentado con propaganda estadounidense a través de los principales medios de comunicación con propaganda de guerra.

¿Acaso documentos tan secretos como los publicados por WikiLeaks no son razón suficiente para que el razón suficiente para que los principales medios de comunicación alemanes eviten cualquier sospecha de ser de la influenciados con la propaganda de las organizaciones estadounidenses? Si la CIA ya está elaborando "programas de comunicación estratégica" para los medios de comunicación de habla alemana, nuestros "medios de comunicación de calidad" deberían dar un amplio margen a las organizaciones que aparecen en el entorno de estos servicios estadounidenses. de estos servicios estadounidenses. Pero ocurre exactamente lo contrario. Nuestros medios de comunicación líderes están ansiosos por ser tolerados en las organizaciones de la élite transatlántica, o incluso por ser o incluso ser aceptado en ellos. El resultado es, en mi opinión aterradora: propaganda unilateral y arbitraria. Es cada vez más a menudo en los medios de comunicación alemanes.

En el pasado, las personas inteligentes leían varios periódicos al día por razones de diversidad de opiniones si querían hacerse una idea de los acontecimientos. Hoy en día, esto ya no tiene sentido porque el contenido editorial es arbitrariamente intercambiable y casi idéntico. Un ejemplo: un día de julio de 2014, todos los principales medios de comunicación publicaron en portada fotos de Angela Merkel cocinando. (19) ¿Qué sentido tiene? Cuando Angela Merkel cocina, es tan importante para el ciudadano medio como si se cayera un saco de arroz en China. Si se ponen los periódicos uno al lado del otro, la uniformidad se hace evidente. Lo que antes era patrimonio de Bunte, Gala, el Goldenes Blatt y Bild der Frau -la canciller alemana en la cocina- ahora brilla ante el lector en las portadas de los supuestos "medios de calidad". Al mismo tiempo, se observa que los periódicos nacionales de hoy en día ofrecen sistemáticamente informes y comentarios que contradicen la percepción y la opinión de una clara mayoría de la población.

El profesor Andreas Vogel, investigador de periódicos de Colonia, afirma: "Los consumidores de hoy en día los consumidores pueden elegir entre diferentes características al comprar productos y servicios. y servicios, sólo los editores de diarios creen que pueden atender a todos los lectores con un único producto. (20) Observe la rápida pérdida de circulación los editores de periódicos alemanes tienen la culpa después de su concepción misma, no de Internet. (21) Un ejemplo: Al publicar Madsack (sobre el Leipziger Volkszeitung y el Ostsee-Zeitung, los conteos de varias hojas son a menudo el mismo; un artículo aparecerá hasta en 18 periódicos. (22)

La pérdida de diversidad de opiniones, el producto de talla única y la cada vez más unilateralidad sólo puede ser entendida por aquellos que conocen cómo las "corrientes de Los "flujos de información" se canalizan en el fondo. La luz tímida red de medios de comunicación, grupos de presión y políticos ha estado hasta ahora bien camuflada. En el En los siguientes capítulos lo identificamos y nos preguntamos: ¿Quién está influenciado por quién? ¿Influenciado por quién? Y sobre todo: ¿Quién soborna a quién para qué? ¿Y cómo estamos ciudadanos manipulados por los medios de comunicación? Embarquémonos en un emocionante caza de detectives.

Lo primero que hay que notar: En las universidades de hoy en día, los estudiantes aprenden desde el principio que que nuestros "principales medios de comunicación" no les informan con veracidad. La revista universitaria uni.de escribe en general sobre esta manipulación mediática cotidiana: Sólo con el lenguaje, los medios de comunicación manipulan nuestra percepción. El incluso en las encuestas de opinión, que se supone que sirven para averiguar para saber lo que piensa la mayoría de la gente. El Politbarómetro de la ZDF es un triste ejemplo de ello. Pero donde la opinión cada vez más por los medios de comunicación y meramente recibida por sus usuarios, la la democracia está en peligro. (...) La manipulación de comienza con un lenguaje tendencioso, como también ocurre en los artículos de objetivo géneros objetivos en los llamados medios de calidad como el SZ o el FAZ. se utilizan. (23)

¿Perdón? En las universidades se advierte hoy a los estudiantes que que emisoras públicas como la ZDF o periódicos supuestamente reputados están manipulando a la gente? Eso da una visión profunda. ZDF, como se informó en 2014 la revista política Cicerón, es incluso responsable de la manipulación de la gente según un estudio de la Universidad de Maguncia, es incluso responsable de que el FDP saliera del Bundestag. (24) Sólo el cuatro (!) por ciento de los espectadores cree que se puede ver mejor con el segundo juego. Y sólo el cinco por ciento de todos los espectadores menores de 30 años ven ARD, pero las emisoras públicas siguen recaudando Las emisoras públicas recaudan más de 7.700 millones de euros al año en concepto de derechos de licencia obligatorios. (25)

Como veremos en el capítulo "Estudios de casos sobre la propaganda", también la utilizan para manipular la opinión de forma selectiva en interés de los partidos gobernantes.

Yo mismo he trabajado para reconocidos "medios de comunicación de calidad" como el Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ). A decir verdad, hoy estoy avergonzado de ello. Porque la información, como veremos, no era realmente independiente. No fue imparcial. Y no era ni es neutral.

La verdad, tal y como yo lo veo, es que a veces la información era incluso financiados. Y en otros casos coincidió con los intereses de una red. (26)

Como veremos, fui nombrado ciudadano oficial del estado de Oklahoma por un gobernador estadounidense. Sólo para poder informar sobre los pro-americanos en el FAZ a favor de los Estados Unidos. Lo describiré con más detalle. El FAZ se alegró de mi certificado de ciudadanía honorífica. Dieron por sentado muchas cosas que se da por sentado, lo que me parece más que problemático hoy en día. En retrospectiva Yo lo veo todo subjetivamente como un fraude a los ciudadanos que pagaron dinero por la "información" en el FAZ. Por lo tanto, no puedo deshacerlo. Pero puedo contar a los lectores la realidad de los medios de comunicación que hay cuanto más grande es la mierda que producen los medios de comunicación de calidad, más gruesas son las consignas que son los eslóganes publicitarios que se supone que lo tapan todo. Hoy encontramos en el una forma de pensar megalómana en la que, desde mi punto de vista, ya no se cuestiona nada, sino que sólo cuentan el dinero y las ventajas.

Hace muchos años publiqué el bestseller "Así mienten los periodistas" sobre el negocio de los medios de comunicación. Pero cualquiera que haya leído los siguientes capítulos, obtendrá una imagen completamente nueva de nuestros "medios de comunicación líderes". Después de todo, los medios de comunicación nos han hecho sufrir infinitamente a los ciudadanos en los últimos años. Porque muchos de ellos nos han vendido el euro, veremos, como un futuro glorioso y una moneda estable. Y lo hicieron en contra de la voluntad de una población que quería mantener la marca D y el chelín. La factura de esto la están pagando hoy los ciudadanos en la calle, cuyos ahorros se disuelven ante sus ojos. Hoy en día todos tenemos que pagar por las devastadoras consecuencias financieras de esta manipulación de la opinión, así como por el crack financiero que nuestros principales medios de comunicación están constantemente en un constante estado de ánimo de corcho de champán en sus páginas económicas no quería prever. Sólo el entonces redactor jefe del periódico económico Financial Times Alemania, Lionel Barber, se disculpó públicamente ante sus lectores por el hecho de que durante mucho tiempo su periódico no entendió ni vio la crisis financiera y desinformó a los ciudadanos, hasta que todos experimentaron la crisis financiera de primera mano. (27) El Financial Times Deutschland, que se disculpó públicamente por su mala conducta, ha sido Sin embargo, desde entonces se ha dejado de utilizar.

Sin embargo, los ciudadanos estamos pagando ahora no sólo un alto precio económico por la manipulación por parte de los principales medios de comunicación. El número de víctimas de la sangre también es devastador. Porque los medios de comunicación tienen una imagen clara del enemigo: Rusia. Ruso malo, bueno estadounidense, es la opinión predominante. Esto forma parte de una guerra psicológica (PsyOp). En el pasado, las guerras eran libradas por soldados. Hoy en día, los medios de comunicación son los principales responsables. Mucha gente ha olvidado la inyectado a nuestros cerebros por los medios de comunicación. Las redacciones de los periódicos, como el FAZ, reciben ahora, por su propia cuenta reciben regularmente comentarios como "prensa incendiaria" y "asquerosos belicistas". (28) El investigador de conflictos austriaco Dr. Kurt Gritsch también acusa a nuestros burgueses "periódicos de calidad" de ser "belicistas". Escribe:

¿Le gusta leer el periódico? Y si es así, ¿es usted también de los que leen el ¿periódicos burgueses de calidad como "FAZ", "NZZ", "Süddeutsche Zeitung" o "Die Zeit"? Lo confieso: Yo no soy uno de ellos. No ya que tuve que darme cuenta durante muchos años que la preparación periodística de la guerra tiene un método allí. (...) Esto es belicismo y debe ser descrito como tal. (29)

Esta incitación y el belicismo se reflejó en la historia ha sido probablemente única claridad después de la caída de un avión civil de pasajeros Malaysia Airlines (vuelo MH-17) a mediados de julio de 2014 en el este de Ucrania. Los restos del avión apenas habían tocado el suelo cuando la opinión generalizada cartelizó el "mensaje" de que Rusia era responsable. En la manipulación psicológica de la gente en la línea del frente: Bild "¿Es la UE sólo para inacción indignante?" Preguntó Tage Blatt días después del accidente, alegando que un cohete Moscú había matado a 298 personas, aunque en ese momento ciertamente no estaba claro quién era el dueño del arma utilizada o por quién había sido disparado. (30). Incluso las agencias de inteligencia americanas declararon ese día que la imagen (y otros medios de comunicación alemanes) lamentaban la "inacción de la UE" contra Rusia, que no tenían pruebas de que hubiera una "implicación rusa" en el accidente de avión (31) Pronto quedó claro que los estadounidenses a diferencia de nuestros medios de comunicación, no eran tan reticentes sin razón. (32)

En este libro, la cuestión que son completamente independientes del accidente de avión a por qué nuestros medios de comunicación operan una propaganda

unilateral de miedo y desinformación (PsyOps) en una especie de obediencia anticipada, que a veces desemboca directamente en el belicismo, el estudio de los medios de comunicación de Leipzig, Uwe Kruger, de cuyo trabajo nos ocuparemos con más detalle, ha encontrado en sus estudios sobre los medios de comunicación alemanes con creciente asombro como nuestros "medios de calidad" de la industria de defensa de la UE, la OTAN y los Estados Unidos son reconocidos mentalmente. (33) Si se miran los artículos hoy en día con retrospectiva, se pueden entender las declaraciones de los científicos Krüger y Gritsch. Hace muchos años, por ejemplo, el FAZ publicó frases bajo el título "Cobardía ante el ciudadano" como: "Alemania ya no puede permitirse ser un espectador político global". (34) El mensaje del artículo, como lo entendí: Más soldados alemanes a Afganistán. Nuestros medios de comunicación, para deleite de la industria armamentística, la OTAN, la política y el sector financiero. y la élite financiera, no sólo acompañan las misiones de combate en Afganistán. Los creadores de opinión también apoyaron a nuestra élite política pro-estadounidense durante la invasión estadounidense de Irak. Y también escribieron de buena gana las "revoluciones" en el norte de África y en Oriente Medio que quería Estados Unidos y nos prometió la paz y la democracia allí, incluso si nosotros, los ciudadanos nos unimos al coro liderado por Washington en voz alta. Lo que obtenemos en cambio es más y más terror y odio. Y soldados muertos y gravemente heridos en misiones en el extranjero. Después de que nuestros periodistas belicistas habían avivado las llamas en Oriente Medio, más tarde gritaron sin reparos "¡Guerra!" en Ucrania y Crimea, también querían "establecer señales militares" en la frontera oriental de la OTAN con Rusia. En el fondo, como veremos, había a veces organizaciones de propaganda americanas. En cualquier caso, nuestros principales medios de comunicación están trabajando con los grupos de presión estadounidenses, nuestros principales medios de comunicación funcionan como el brazo extendido de la oficina de prensa de la OTAN, la industria armamentística y una pequeña camarilla de políticos destacados. (35)

Vamos a demostrar esto en detalle:

Para cada ciudadano medio hoy está claro, por ejemplo, las revoluciones en el Oriente Medio no han traído absolutamente nada. También es sorprendente que

nos hace el alemán pro-estadounidense principales medios de comunicación en silencio en esta área desde entonces: La situación es mucho más devastadora que era bajo el presidente Mubarak, por ejemplo, bajo el presidente egipcio Al-Sisi. Es ahora tan antiamericana que incluso el secretario de Estado de EE.UU., John Kerry, se sometió en julio de 2014 a una seguridad embarazosa, se tuvo que escanear y pasar por un detector de metales antes de ser recibido por los líderes egipcios. (36) Nuestros medios de comunicación pro-estadounidenses prefieren ignorar estas cosas en el mundo de habla alemana. Como tantas otras cosas, se callan porque sencillamente ya no pueden explicárselo a la gente después de sus jubilosos artículos sobre la ola de paz y democratización occidental que supuestamente está amaneciendo en Oriente Medio.

Cualquiera que quiera saber por qué nuestro volumen de noticias es tan infinitamente unilateral, debe conocer las redes de fondo en las que están incrustados esos periodistas alfa, algunos de los cuales obviamente no pueden esperar para enviar a nuestros soldados directamente a la próxima guerra americana. Durante las misiones en el extranjero, que nuestros principales medios de comunicación han preparado periodísticamente, más de 100 soldados alemanes han muerto hasta ahora.

¿Qué dicen esos periodistas alemanes que piden a gritos el fin de la "cobardía frente al ciudadano" dicen los padres del soldado alemán Georg Kurat, asesinado en Afganistán a los 21 años.

Menz (22) y los familiares de más de cincuenta soldados alemanes que fueron asesinados.

¿Sólo los soldados alemanes que perdieron la vida en Afganistán? Por absolutamente nada. Porque ni los miles de millones de dinero de ayuda ni nuestro peaje de sangre han cambiado nada allí. Disponga de nuestros principales medios de comunicación, nunca se han disculpado públicamente por el sufrimiento y el derramamiento de sangre al que han contribuido a través de sus informes tendenciosos, no sólo en Afganistán?

Nuestros periodistas alfa prefieren guardar silencio. Como Markus, redactor jefe de Wirtschaftsjournalist, escribe tan acertadamente sobre estos colegas: "La élite de la industria vive en una burbuja en la que la gente no se hace daño pero se da palmaditas en la espalda". (37)

Desde Alejandro Magno (356 a 323 a.C.) hasta el Imperio Romano y el Imperio Británico hasta la Segunda Guerra Mundial, la historia nos ha enseñado una cosa: el mundo no puede ser gobernado o pacificado por un hombre o un grupo.

Al igual que Alejandro Magno, que soñaba con paz entre los pueblos, no logró la paz con sus tropas europeas de Macedonia no pudo llevar la paz al territorio de lo que hoy es Afganistán, así que los soldados estadounidenses o alemanes no pudieron cambiar nada allí casi 2500 años después. Los soldados alemanes también intentaron en vano hacer lo que Alejandro Magno ya había fracasado.

(38). Nunca habrían sido enviados a la guerra por nuestros políticos, si nuestros principales medios de comunicación con su retórica no habían preparado voluntariamente el terreno para ello. Lo he experimentado de cerca durante muchos años. Muchas personas se han cansado de esta información tendenciosa de nuestros principales medios de comunicación.

Y no me sorprendería que los familiares de las víctimas de guerra alemanas pedirían cuentas a los principales medios de comunicación y a sus amigos de la red. Pues en los siguientes capítulos, las estructuras del fondo se vuelven más claras.

"Fuego amigo" - así se llama cuando te conviertes en víctima del efecto de tu propia arma. En este libro nuestro cómo los creadores de opinión del mundo de habla alemana aclaman la "amistad transatlántica" y al mismo tiempo disparan contra su propio pueblo indefenso. Las armas de los medios de comunicación son mucho más peligrosas que la ruidosa munición de los soldados. Porque sus mentiras son silenciosas y se introducen en nuestros cerebros. Ya lo hemos insinuado unos párrafos antes en relación con los artículos de júbilo sobre las revoluciones en el norte de África y las operaciones bélicas en Afganistán e Irak. Lo que también resulta increíble en esta batalla de opiniones es, una y otra vez, lo que nuestros principales medios de comunicación ocultan en términos de importante información de fondo. Un ejemplo:

En el verano de 2014, Human Rights Watch publicó un largo informe sobre la restricción de la libertad de prensa en las democracias occidentales debido a la cada vez más intensa intensificación de la vigilancia por parte de las agencias de inteligencia estadounidenses. El informe documentaba cómo los periodistas tienen que cambiar su forma de trabajar para conseguir información independiente. (39)

Ni una palabra al respecto en los principales medios de comunicación en lengua alemana, muy próximos a las organizaciones de propaganda estadounidenses. Si el mismo acusatorio sobre la restricción del trabajo de los periodistas rusos a causa de la vigilancia del Estado en Moscú, el tema habría estado probablemente en todas las portadas. En pocas palabras: en lugar de noticias neutrales, cada vez

se nos ofrece más información selectiva. Nuestro pensamiento se canaliza de este modo. Y, desde luego, esto no está ocurriendo por casualidad.

No sé qué pasará después de la primera publicación de este libro. Al fin y al cabo, estoy sacando a la luz redes que prefieren operar en secreto. Y estoy dando cientos de nombres de periodistas. (40)

La mención o identificación completa de personas, organizaciones o empresas no tiene por objeto difamarlas o menospreciarlas. Más bien, es necesario en interés público, porque las devastadoras consecuencias que se describen detalladamente en este libro nos afectan a todos. Tampoco se puede evitar el daño de otra forma que no sea a través de la publicidad. Porque, a diferencia de los políticos corruptos, los periodistas corruptos no pueden ser perseguidos en nuestro país si manipulan o suprimen la verdad, en algunos casos incluso con ayuda de sobornos. He escrito a algunos de los y se les pidió declaraciones. En respuesta, recibí correo de abogados, amenazas de acciones legales y referencias a posibles acciones penales. En este contexto, no molesté más a los grandes medios de comunicación con mis preguntas. Así que tengo curiosidad por ver qué ocurrirá. Markus Wiegand, redactor jefe de *Wirtschaftsjournalist*, afirma que la élite mediática alemana es "un club de peleles". (41)

Si se les critica, empiezan a chillar como viejas.

Muy importante: antes de desenmascarar a otros periodistas, me acuso a mí mismo. Anoto lo corrupto que he sido en mis reportajes y qué redes han influido en ellos. Siempre aprobado por mis jefes. Y entonces se vuelve realmente emocionante.

¿Mi objetivo? Con la verdad concentrada de los capítulos siguientes, que se apoyan párrafo a párrafo en las referencias de las fuentes, quiero (42) no sólo informar, sino también cambiar las cosas junto con los lectores de este libro y sus amigos. ¿Podremos hacerlo juntos? La mayoría de las veces al final nunca sale lo que se pretendía. Los opositores de la RDA en Leipzig a finales de los años ochenta nunca soñaron con la caída del Muro y la reunificación de Alemania. Sólo querían corregir agravios dentro del sistema. En su lugar, hicieron caer el sistema. Y el reportero estadounidense Upton Sinclair, con sus reportajes de crítica social desde los mataderos de Chicago en 1906, sólo quería mejorar la situación laboral de los empleados. En su lugar, salieron leyes para una mayor higiene alimentaria. En retrospectiva, dijo: "Quería llegar al corazón de la gente.

Quería golpear los corazones de la gente y en lugar de eso golpeé sus estómagos. Con esto en mente, nos deseo a todos que los siguientes capítulos también lleguen a los corazones. Y que la creciente decepción de muchas personas con periodistas y medios de comunicación poco sinceros llegue por fin a su fin.

"Al que no compra, no se le miente" . Bajo este lema, activistas de la lejana Malasia han apoyado un llamamiento nacional al boicot de los periódicos, porque cada vez más gente está descontenta con la cobertura y quiere dar una lección a la élite gobernante. Este amplio descontento generalizado también está con nosotros. ¿Tenemos realmente medios de comunicación independientes? ¿O eso ya es pura ficción? ¿Quién decide la selección de noticias? ¿Por qué todas las facetas de una campaña electoral presidencial estadounidense son hoy más importantes que las noticias de nuestro entorno inmediato? El lector ya sospecha: En el sombrío reino de la democracia, la información está moldeada por una mano invisible en el cártel de la opinión. En segundo plano: organizaciones de élite próximas a los servicios secretos. Actúan en el entorno de "think tanks" y fundaciones. A esta honorable sociedad de la quinta columna de los poderosos sólo se entra por recomendación. No se puede comprar un billete así. Porque allí se reúne tanto dinero que no hay que depender de las entradas. ¿Cuándo nos sentimos realmente bien informados? ¿Cuando sabemos que Angela Merkel a veces se muerde las uñas? (43) Eso es cierto. (44)

Pero, ¿es realmente importante la información? ¿Necesitamos saber que al ex Primer Ministro de Sajonia, Kurt Biedenkopf, le gusta jugar con su con su tren de juguete? ¿Y que el ex jefe del Banco alemán Hilmar Kopper recoja "el papel de gasa impreso con la prueba de origen en el que solían envolverse las naranjas", lo planche y lo meta en un álbum? (45) En nuestra moderna sociedad de la información, los flujos de noticias son interminables. Es importante ordenar la información. Y saber en qué creer. Antes teníamos "medios de comunicación de calidad", las cadenas públicas, los periódicos de renombre y la radio. Hoy todo es diferente. La actriz Hildegard Knef me dijo una vez: "Es increíble hasta qué punto pueden mentir los medios de comunicación. Ya no sabes qué creer de ellos". Nos conocimos en agosto de 1997 en el programa de entrevistas de Bremen III nach Neun. (46) , Y después del programa tomamos una copa de vino en un hotel de Bremen. Hildegard Knef denunció indignada en su día las aventuradas historias que los periodistas ya habían inventado sobre su vida. Sólo una cosa es cierta sobre los periodistas: mentir forma parte de su oficio". Unos meses antes, había

oído algo parecido a 5600 kilómetros de distancia, en un viaje a Etiopía. Del actor Karlheinz Böhm, el emperador Francisco José junto a Romy Schneider, de la trilogía Sissi, a quien visité en las tierras altas de Etiopía.

Hildegard Knef y Karlheinz Böhm, dos grandes del cine alemán, ya no confiaban en los medios de comunicación alemanes. Eso me hizo pensar.

Después de todo, "No mentirás" solía considerarse uno de los más altos mandamientos morales. Pero hoy asociamos principalmente a los periodistas con los mentirosos. Ni siquiera Udo Lindenberg tenía la mejor opinión de los medios de comunicación.

Hablamos de ello cuando esperábamos aparecer en un programa de televisión. Y el periodista Peter Scholl-Latour, fallecido en agosto de 2014, a quien conocí en zonas de guerra desde finales de los años ochenta, me dijo una vez: "Lo primero que se queda por el camino en la guerra es la verdad". En aquel momento, las declaraciones de Hildegard Knef, Karlheinz Böhm, Udo Lindenberg y Peter Scholl-Latour aún me sonaban a teorías conspirativas. Pero, ¿lo eran realmente? Este tipo de cosas las oí más a menudo después, por ejemplo a mi amigo paternal el profesor Wilhelm Hankel, el inventor de los bonos del Tesoro federal. Le molesta especialmente que nuestros medios de comunicación sean cada vez menos críticos, difundan a menudo propaganda unilateral y sean completamente intercambiables en lo que se refiere a la "información que ofrecen".

¿Cómo puede usted, lector, estar seguro de que lo que digo a continuación no es mentira? En primer lugar, menciono nombres, empresas, épocas y lugares. Y tengo cientos de notas a pie de página con más fuentes.

Si algo está mal, me demandarán. En segundo lugar, puedo presumir de ese galardón periodístico...

que sólo te llega cuando has informado de la verdad con certeza en el pasado: Registros domiciliarios por sospecha de revelación de secretos. No los consigues si mientes. Te las dan si informas de algo que no quieres que sepa el público. Y yo soy

probablemente (por desgracia) el autor alemán que más registros domiciliarios ha sufrido debido a su actividad profesional. Por así decirlo, debido a ennoblecido por el Estado una y otra vez por informar con veracidad.

Otra importante observación previa: en los capítulos siguientes se habla a menudo de "los" periodistas. Pero esto no se refiere en absoluto a los muchos redactores independientes o asalariados, decentes y serios, mal pagados y muy trabajadores, que, con gran compromiso, se adhieren a los ideales y valores de la

libertad de prensa, que desean constantemente destapar agravios e informar con veracidad. A pesar de su compromiso, perderán gradualmente su empleo. (47)

Este libro trata sobre todo de los que se sitúan un escalón por encima de nosotros, los ciudadanos, hacen causa común con las élites, a veces incluso son están corrompidos y se dejan sobornar para informar favorablemente. Pero, ¿cómo funciona realmente esta manipulación?

Capítulo 1

Libertad de prensa simulada:

Experiencias en editoriales

Todas las personas nombradas en este libro niegan una proximidad pegajosa a organizaciones de élite. También niegan ser grupos de presión.

También niegan estar "corrompidos" por la proximidad a la élite.

Y niegan haber perdido su mordacidad periodística como periodistas con proximidad a los grupos mencionados. Niegan que esta cercanía afecte a sus reportajes.

La verdad, ¿exclusiva para periodistas?

¿Cómo es posible que nuestros principales medios de comunicación celebren la Unión Europea y el euro como un proyecto de futuro, a pesar de que millones de personas en toda Europa critican a la UE y al euro? Jean-Claude Juncker, durante muchos años Primer Ministro de Luxemburgo y ahora Presidente de la Comisión Europea, nos cuenta cómo funciona esto:

"Decidimos algo, lo hacemos en la sala y esperamos un tiempo, qué pasa, si no hay grandes protestas y no hay disturbios porque la mayoría de la gente no tiene idea de lo que se ha decidido, entonces seguimos adelante paso a paso, hasta que no hay vuelta atrás" (48)

¿Por qué nuestros principales medios de comunicación aclaman a esos políticos en lugar de denunciarlos? La respuesta: se hacen los malos con ellos. Están pegados a esas élites. ¿Cómo es posible que nuestros principales medios de

comunicación de todo el mundo sigan pidiendo nuevos despliegues militares de nuestros soldados en el extranjero, aunque la mayoría de la población esté claramente en contra? La respuesta: nuestros periodistas alfa no son más que el brazo extendido de la oficina de prensa de la OTAN.

También lo demostraremos de forma muy precisa en este libro. ¿Cómo es posible que nuestros principales medios de comunicación sigan alabando la inmigración masiva procedente de todo tipo de países como "enriquecimiento", aunque la masa de la población preferiría cerrar las fronteras a ciertos inmigrantes cuanto antes? La respuesta: la industria y la élite financiera lo quieren así porque las masas de mano de obra barata sirven a sus intereses.

Se podría continuar interminablemente la lista de preguntas de sondeo. Pero la pregunta más importante de fondo es: ¿Quién gobierna realmente Europa? Desde luego, no son los ciudadanos de la UE. Porque todo esto apenas tiene nada que ver con la democracia.

nada que ver con la democracia. Es más bien una ilusión de democracia, una ilusión bien fabricada. Pero si los ciudadanos no mandan, ¿quién lo hace? ¿Es acaso un cártel de opinión, un grupo de los pesos pesados más importantes e influyentes de la industria, las finanzas y la política, que mueve los hilos en segundo plano y controla también nuestro pensamiento a través de los principales medios de comunicación?

Eso suena mucho a teoría de la conspiración. Pero uno encuentra declaraciones sorprendentes al respecto en periódicos de renombre que dan que pensar. Por ejemplo, el Frankfurter Rundschau (FR) informa de que el euro se remonta a la red secreta de la élite de los Bilderberg. (49) Esta afirmación, que según el FR está confirmada por un presidente honorario de los Bilderbergers, es sólo un ejemplo de los muchos de cómo las redes de élite dirigen obviamente nuestras vidas desde el fondo. En este libro veremos en un capítulo aparte, utilizando el ejemplo del euro, cómo esta red hace propaganda para imponer los intereses de la política y de la élite financiera - en contra de la población. Sin embargo, todo esto no funciona sin el dominio del flujo de información. Y en esto influyen unos pocos creadores de opinión.

Un interesante estudio de la Universidad de Múnich recopiló los adjetivos y adverbios de 80 artículos seleccionados del Frankfurter Allgemeine Zeitung sobre los líderes Obama (EE.UU.) y Putin (Rusia) durante los años 2000 a 2012, es decir, palabras en relación con Obama o Putin, que se acercan a una descripción evaluativa en los artículos.

En el caso de Putin, los adjetivos y adverbios utilizados por el FAZ son claramente negativos, como: amenazante, duro, beligerante, polémico,

antioccidental, político-poderoso, falso, frío, calculado, calculador, cínico, duro, áspero, no válido (argumentos) y no creíble (argumentos). El tono hacia Obama es muy diferente: comprometido, frenéticamente bienvenido, entusiasta, conciliador, elogioso, esperanzado y decidido. (50). En lenguaje llano: la información neutral, independiente, imparcial y objetiva en el antaño tan renombrado FAZ no es ciertamente el caso hoy en día. Pero, ¿de dónde viene esto? ¿Acaso este tipo de información tiene algo que ver con la proximidad de los redactores del FAZ a determinadas élites y al poder? Responderemos a esta pregunta en los siguientes capítulos, no sólo por la proximidad a las élites, sino también por los indicios...

Cambio de escenario. Hace unos años, el reportero Thomas Leif dibujó un cuadro conspirativo con el documental televisivo de la ARD *Strippenzieher und Hinterzimmer* (Tiradores de cuerda y trastienda): periodistas, ministros y funcionarios del partido se sientan en un mismo barco, se aíslan de la población y se llevan espléndidamente.

El espectador veía cómo se hace política en conversaciones secretas en círculos de trastienda.

La película trataba de un mundo conspirativo de tejemanejes. (51)

Lo que se mostró no era una teoría de la conspiración. La película era explosiva. Porque lo que se vio allí eran autores. Sólo que les parecía completamente normal. La mera cuestión de estas redes secretas en el trasfondo fue una afrenta para los periodistas afectados.

Cuando la revista *Zapp* de la NDR preguntó a un miembro de ese círculo de trasfondo, la respuesta fue: "Nos ocupamos de cosas secretas". A saber: Queremos entender la política y un espectador, oyente o lector no tiene por qué saberlo. ¿Así que el espectador y el lector sólo tienen que entender lo que dicen los periodistas? ¿Ni siquiera deben fijarse en quién quiere difundir qué noticias y mensajes? La NDR citó a un periodista que hablaba de esas conversaciones secretas: "Lo que se hace allí es nuestro secreto profesional. Lo mismo ocurre con los grupos de presión. Un lobista nunca habla abiertamente de con quién habla, qué papeles recibe, dónde los pone y qué es de ellos. Eso es comparable". Y un antiguo redactor de la ZDF dijo: "El valor añadido es simplemente que nos enteramos de la verdad y luego -por amargo que sea para algunos- no se nos permite escribirla ni difundirla". (52)

¿Puede ser esto? ¿La verdad exclusivamente para los periodistas? ¿Y luego no se les permite difundirla? ¿Qué está pasando realmente ahí fuera? A cualquiera que crea que las noticias son equilibradas, fiables y veraces, este libro le robará todas las ilusiones.

Yo mismo perdí las ilusiones sobre el periodismo y la información veraz hace décadas. Recuerdo perfectamente el día: el 2 de agosto de 1990, las tropas del líder iraquí Saddam Hussein habían ocupado Kuwait. Poco después, la agencia de relaciones públicas estadounidense Hill & Knowlton difundió un cuento chino inventado libremente. Según esta historia, soldados iraquíes supuestamente habían arrancado bebés de las incubadoras de los hospitales kuwaitíes y los habían arrojado al suelo de cemento porque querían transportar las incubadoras de Kuwait a Iraq. Este cuento de hadas llevó directamente a Estados Unidos a entrar en guerra contra Irak para "liberar" Kuwait. Lo que nadie recuerda: Amnistía Internacional (AI) participó en la mentira desde el principio. El 19 de diciembre de 1990, Amnistía publicó un informe de 82 páginas sobre las violaciones de los derechos humanos en Kuwait, que incluía la mentira de la incubadora. (53)

Una alianza memorable. Poco después, el 12 de enero de 1991, el Congreso estadounidense votó a favor de la guerra contra Iraq.

Anteriormente, el 10 de octubre de 1990, en una audiencia en el Congreso de Estados Unidos, una joven llamada "Nayirah" había declarado que había visto con sus propios ojos cómo los soldados de Sadam Husein arrojaban a los bebés a la muerte en los fríos suelos de cemento de los hospitales de Kuwait y robaban las incubadoras. Este desgarrador testimonio de lo diabólicos que supuestamente eran Sadam Husein y sus secuaces se transmitió a todos los hogares estadounidenses -y, por supuesto, a los alemanes- y provocó la deseada movilización de la opinión pública en favor de la guerra. Tiempo después se supo que toda la historia era ficticia. La chica, por cierto, era la hija del embajador kuwaití en Washington Saud bin Nasir Al-Sabah.

Y fue especialmente entrenada en actuación por la agencia de relaciones públicas Hill & Knowlton para su lacrimógeno testimonio. El gobierno kuwaití pagó un total de 12 millones de dólares a los medios de comunicación y a las agencias por esta campaña de propaganda. Yo era redactor de un periódico en aquella época. Vi de cerca cómo la mentira inventada libremente se publicaba también en muchos periódicos alemanes para llevar los ánimos de la población alemana al punto de ebullición: Sadam Husein, que hasta entonces había sido un "buen líder" para nosotros los alemanes, iba a ser reducido a una especie de insecto de la noche a la mañana, junto con los iraquíes. Nuestros medios de comunicación lo consiguieron.

Unos meses antes, por cierto, estuve en un frente de guerra poco después de que los iraquíes hubieran utilizado gas venenoso, donde los soldados de Sadam

Husein habían matado a iraníes con gas venenoso alemán. Eso fue en Zubaidat, en julio de 1988. Lo describiré con más detalle más adelante. (54)

Fotografié a las horribles víctimas iraníes del gas venenoso a las que les salían los sesos por los ojos, la nariz y la boca. No crean que después hubo una ola de indignación en Alemania. Más bien, hubo un silencio en el periodismo alemán. Sin embargo, a diferencia de la posterior mentira de la incubadora descrita aquí unas líneas antes, el gaseamiento de personas fue una realidad brutal. Pero cuando comenzó la oleada de propaganda con las incubadoras, fue como si se hubieran manipulado las interfaces de los cerebros de masas de personas. De repente, todo el mundo gritó al unísono: ¡Guerra! ¡Guerra! ¡Guerra! Esto no habría sido posible si nuestros periodistas alfa no se hubieran adelantado en la campaña de desinformación.

en la campaña de desinformación. Y yo formé parte de esta brigada de desinformación en el cártel de la opinión.

Este libro es la primera parte de tres publicaciones explosivas sobre la industria de los medios de comunicación. En los siguientes capítulos de este libro aprenderá qué redes secretas controlan realmente nuestra avalancha de información. Trata sobre la pegajosa cercanía de nuestros medios de comunicación a las élites. Y sobre las consecuencias difícilmente creíbles. En otro libro descubriremos qué trucos utilizan los grandes editores de medios de comunicación en lengua alemana para engañar sistemáticamente a sus clientes anunciantes. En este libro obtendrá un pequeño anticipo. Y en un tercer volumen informaré sobre qué periodistas figuran en qué listas internas de la industria de las relaciones públicas. Eso también será devastador. Porque la mayoría de nuestros reportajes son comprados.

Pero revelaré algunos de los nombres ya en este libro. Así que en este libro vamos a ver primero la libertad de prensa simulada, especialmente los grupos de presión, las redes secretas de nuestros creadores de opinión y las consecuencias en la información.

Verdades compradas:

De redes de élite y servicios secretos

Yo mismo, el autor de este libro, fui un perpetrador. En retrospectiva, fui corrompido, manipulado y desinformado. Durante mucho tiempo, yo también di por sentada la misma falta de desapego de la que acuso a otros periodistas en los capítulos siguientes. Yo también me beneficié de descuentos para la prensa, acepté invitaciones gratuitas a hoteles de 5 estrellas o a viajes de compadreo con altos cargos políticos por cuenta de mis jefes, ocupé cargos en fundaciones o di conferencias en organizaciones próximas a los servicios de inteligencia. Tal y como lo veo hoy, como miembro de la plantilla del Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), por ejemplo, a veces me compraban para que informara positivamente.

Y me dejé comprar. Con el apoyo de mi jefe, que lo esperaba de mí como algo natural. Hoy puedo hablar de ello. Pero eso no lo hace más correcto. Algunas cosas han cambiado desde entonces. Y la información comprada también se da por supuesta hoy en día. Por ejemplo, ahora la UE paga a periodistas "independientes" para pulir la imagen de la UE en medios supuestamente "independientes". Tanto los medios privados como los públicos se disputan el dinero de las relaciones públicas de la UE. Esto se llama periodismo comprado. (55) Y funciona a la inversa: Dos reporteros británicos ofrecieron dinero a los eurodiputados para que hicieran cambios legislativos, con éxito. (56) En Suiza, los periodistas reciben hoy a veces sobres con 500 francos en efectivo (unos 410 euros) si participan en "conferencias de prensa". (57) > Nota Y también en Suiza un editor ofrece a los políticos retratos en los más bellos colores, si también compran el mismo un anuncio para ello. (58)

Pero donde pone periodismo, también debe haber periodismo. Günther Jauch, entonces presentador de la revista crítica Stern TV y uno de los periodistas más conocidos, por ejemplo "hizo publicidad en una tira de 20 minutos para la empresa estadounidense Amway", que vende productos de lavado y cuidado corporal mediante el método de la bola de nieve". (59)

¿Está permitido hacerlo como periodista crítico? ¿Cuáles son los límites? ¿Está permitido hacer publicidad como periodista alemán? Al menos es la vida cotidiana ahí fuera. En cualquier caso, nada se le pegó al hombre de teflón Jauch. Sin embargo, en retrospectiva, probablemente sea extremadamente embarazoso.

¿Y cómo de vergonzoso es que, en un trabajo universitario sobre la información tendenciosa en los medios de comunicación alemanes, "La atribución tendenciosa en los medios impresos alemanes"? (60)

a un artículo del periodista del FAZ Horst Bacia:

El análisis de este artículo con vistas al desarrollo de los temas da como resultado, en el mejor de los casos, una argumentación que en su realización se asemeja a la de un texto publicitario. (61)

¿Cómo dice? ¿Una tesis universitaria certifica el nivel de un texto publicitario a uno de los autores más reputados de la FAZ tras un análisis minucioso? Evidentemente, esto difumina límites que no deberían difuminarse. ¿Qué dijo el científico de la comunicación Wolfgang Donsbach sobre la relación general entre la verdad y el periodismo en Alemania? En Alemania, esta tendencia a evaluar y seleccionar la información según la propia opinión es más pronunciada que en otros países. (62)

La manipulación del lector es patente desde hace años, especialmente en la FAZ. El Dr. Heinz Loquai pronunció un célebre discurso sobre este tema en 2003, en el que dijo del FAZ:

Por el corresponsal en Washington del FAZ nos enteramos, entre otras cosas, de que Bush estudia la Biblia todos los días, que reza con regularidad y que basa sus acciones en la pregunta: "¿Qué haría Jesús? El presidente es un "dechado de modestia y cercanía a la gente", hay ciertamente una "fibra arrogante[!] en la naturaleza de Bush", pero es "un hombre de amor". Su "porción de celo misionero" estaba "amortiguada por la prudencia de un estadista", y en su "paciente espera" se expresaba la "decisión de un talento político natural". Aunque Bush sabe que no es un intelectual, puede confiar en "su instinto político, su astucia y su ingenio maternal". Así (...) instruidos, ¡podemos seguir confiando en la objetividad y el criterio de los corresponsales en América de los principales diarios y semanarios alemanes! Integrado en las tropas aliadas, integrado en la red político-mediática de Washington, ¿dónde está la diferencia? [\(63\)](#)

Poco antes de la guerra de Irak en 2003, que violó el derecho internacional, el entonces corresponsal en Washington del FAZ, Matthias Rüb, había escrito el elogio del presidente estadounidense Bush que acabamos de citar. Un año después, recibió el Premio Arthur F. Burns por otro artículo. El Premio Arthur F.

Burns lo concede el Ministro de Asuntos Exteriores alemán. ¿Y quién selecciona hoy a los galardonados? El jurado incluye, por ejemplo, a los periodistas Sabine Christiansen y Stefan Kornelius (Süddeutsche Zeitung) (64) Recuerde estos nombres. Nos los encontraremos más a menudo en conexiones interesantes.

En Alemania, los corresponsales de negocios de respetados diarios también escriben con seudónimos para revistas de empresas sobre las que también informan como empleados de su propio periódico. Los partidos políticos pagan a sus redactores para que den cursos a los políticos sobre cómo mantener a raya a los periodistas mordaces. Todo esto se da hoy por descontado. Los presentadores de televisión que nos presentan las noticias económicas de los bancos en la televisión reciben pingües sueldos por ser los anfitriones de actos organizados por los bancos.

Alemania es a la vez comprada y la república vendida. En cualquier caso, nos bombardean con verdades compradas las veinticuatro horas del día.

Especialmente de la política y los negocios.

Como periodista, aprendes a crear o reforzar el sentimiento del público en determinadas redes. Se trata de complacer informando en interés de políticos, partidos, asociaciones o instituciones. He sido testigo de esto durante décadas y he participado activamente en ello, por ejemplo, como vano FAZke. Lo describiré lo mejor que pueda.

Es devastador cuando los políticos, dueños de la información privilegiada, dictan a los periodistas el uso o no uso de las noticias. A esto se le llama eufemísticamente "autorizar". A un político se le permite aprobar lo que se le ha preguntado y lo que ha dicho. Las cosas impopulares se eliminan. En 2012, SpiegelBlog escribió sobre esto:

Y a veces, cuando como periodista alemán te sientas frente a un interlocutor estadounidense y al final le das la oportunidad de volver a ver tus propias citas, te mira como a un extraterrestre disfrazado de yihadista. ¿No es eso también estúpido? ¿Conceder tanto control a la otra persona? En Alemania, la autorización se cultiva desde hace décadas. Es cierto que SPIEGEL no la inventó en los años cincuenta del siglo pasado (...). Pero la ha cultivado con tanta constancia que aquí en Alemania es ya la norma del sector, al menos para las entrevistas. (65)

En efecto, autorizar significa someterse a la autoridad.

Los periodistas se someten a los poderosos. Los políticos siempre pueden eludir las noticias inoportunas alegando que se trata de una entrevista "no autorizada". (66)

Así que los amos de la información privilegiada dictan el uso o no uso de las noticias a los periodistas en Alemania. Y esto nos parece completamente "normal", igual que en la Edad Media se consideraba "normal" informar sobre las cortes nobiliarias. Al igual que en la Edad Media, algunos favoritos de la corte siguen sentándose especialmente cerca de los poderosos y se deleitan con sus palabras. El personal, es decir, el vestuario de este drama, puede haber cambiado a lo largo de los siglos. Pero sigue estando dirigido por las mismas personas: la red de los poderosos.

Los principales periodistas están rodeados de redes de élite de las que los ciudadanos de a pie simplemente están excluidos. A los periodistas les gusta afirmar que tienen una importante función de crítica y control. Supuestamente, quieren perseguir y exponer persistentemente los agravios. Sobre todo, quieren "vigilar a los poderosos". Por ello, los periodistas se autodenominan "el cuarto poder". La función informativa es la función central de los medios de comunicación y de los periodistas. Esto significa informar al receptor de la información sobre algo que él o ella que antes desconocía, de forma completa, objetiva y comprensible. Y ello de una forma que no recuerde al periodismo de una dictadura.

¿Qué pensar cuando incluso Claus Kleber, presentador de informativos de la ZDF, compara el Tagesschau alemán con la televisión gubernamental norcoreana? (67)

¿Y cómo es compatible ser miembro de la controvertida organización Atlantik-Brücke y, al mismo tiempo, redactor jefe del periódico "independiente" Bild, como Kai Diekmann?

¿Sigue siendo realmente neutral ser director del semanario Die Zeit y al mismo tiempo, como Josef Joffe, miembro del think tank proamericano afiliado a la CIA? (68) ¿Instituto Aspen? El propio Josef Joffe dice sobre su labor de presión a favor de EE.UU. en Alemania: "Pero como la mayoría del país no tiene una opinión muy favorable de EE.UU., escribo en contra de esta mayoría". (69) Me pregunto si Josef Joffe, un aguafiestas acusador (70) no sabía que el Instituto Aspen de Berlín es sospechoso de haber sido también la oficina de trabajo de oficiales de inteligencia estadounidenses. (71). Lo dice en un estudio sobre las

relaciones transatlánticas Shepard Stone, el primer director del Instituto Aspen de Berlín:

Uno es extremadamente reacio a perturbar esta "armoniosa naturaleza muerta" con la sospecha de que Stone era un alto funcionario de uno o incluso varios servicios de inteligencia estadounidenses. Su "oficina de trabajo": el Instituto Aspen de Berlín. (72)

¿Es posible, como el simpático y cosmopolita Stefan Kornelius, del Süddeutsche Zeitung, estar entrelazado con un montón de grupos de presión políticos e informar con independencia sobre los procesos políticos? Yo sostengo: No, desde luego que no se puede. El propio Süddeutsche Zeitung lo escribe. Cuando el corresponsal de la ZDF Udo van Kampen, baterista de formación (73), entonó una serenata de cumpleaños para Angela Merkel en una rueda de prensa en el verano de 2014, el periódico de Múnich se indignó: "Los periodistas no hacen eso. Son observadores, no participantes. (...) Quien está demasiado cerca de un político debe dejar de informar sobre él o sobre su tema especializado, de lo contrario la credibilidad y la independencia se van por la borda. (...) De todos modos, la reputación de los periodistas no es la mejor". (74) Los periodistas no deberían tener esta cercanía con los políticos o sus organizaciones, ni siquiera desde el punto de vista de SZ.

Pero, ¿cómo encajan estas palabras con los antiguos enredos del periodista de SZ Stefan Kornelius? Entretanto, el periodista de SZ Stefan Kornelius ha dado un duro golpe. Los EE.UU., a los que había defendido enérgicamente contra todos los ataques en sus editoriales durante años, han apuñalado a los alemanes por la espalda y espiado a los ciudadanos de aquí. Obviamente, esto ha provocado también un cambio en el tono de Kornelius:

Los últimos comentarios de Kornelius dan la impresión de un redactor de contratos ofendido que se da cuenta de que puede haber apostado por el caballo equivocado. Con las crecientes tensiones en política exterior entre Alemania y Estados Unidos, no sólo es probable que disminuyan los cócteles de recepción y las ceremonias de entrega de premios al otro lado del Atlántico. También son menos apreciadas entre la élite alemana. (75)

Pero a veces la gente apuesta por el caballo equivocado. ¿No interfiere eso en la independencia? ¿Cómo puede el redactor jefe de la renombrada Wirtschaftswoche, Roland Tichy, ser al mismo tiempo presidente del patronato

de la Fundación Ludwig Erhard (76), próxima a la CDU, miembro del patronato de la Fundación Johanna Quandt (77) (fundada por la multimillonaria Johanna Quandt) y también en el patronato de la Fundación Friedrich August von Hayek, radical y partidaria del mercado? (78)

Holger Steltzner, redactor responsable de la prestigiosa sección de economía del antaño renombrado FAZ, es también miembro del patronato de la Fundación Friedrich August von Hayek (79), radical de mercado.

En el CV oficial del FAZ, Steltzner lo oculta. (80) Friedrich August von Hayek (1899 a 1992), despreciaba la democracia como " un sistema producido por el chantaje y la corrupción de la política", como un "fetiche de la palabra" (81)

Cicero escribe sobre Hayek: "Entre los dogmas de von Hayek está que las decisiones democráticas deben ser tomadas exclusivamente por quienes se ven afectados por ellas. En otras palabras: sólo a los ricos se les debería permitir decidir cuántos impuestos tienen que pagar los ricos al Estado, es decir, al público en general. Es otra forma de abolir la democracia".(82)

¿Puede uno apoyar esto como destacado periodista alemán? ¿De quién es el lobby entonces? ¿Es esto el periodismo independiente? ¿Se puede seguir informando libremente?

Más demoledor aún: en 2014, las organizaciones transatlánticas con sede en Alemania pudieron solicitar financiación estadounidense si exigían a Alemania acuerdos de libre comercio. ¿Crees que se trata de una disparatada teoría de la conspiración? Entonces tampoco deberías creer al reputado diario Washington Post y a la Embajada de EEUU. Porque informaron de ello en 2014 (83).

Por cada manipulación bien preparada de los líderes de opinión alemanes en nuestro país, había así entre 5000 dólares (unos 3670 euros) y 20.000 dólares (unos 14.700 euros) de la Embajada de EE.UU., dependiendo de la importancia de las élites influenciadas. En el momento de escribir mi manuscrito, la Embajada de EE.UU. en Berlín tenía formularios en Internet en los que las organizaciones relacionadas con EE.UU. en Alemania podían solicitar fondos si hacían propaganda entre los alemanes a favor de los objetivos de Washington. La Embajada de EE.UU. en Berlín incluso dio las gracias explícitamente a los numerosos participantes en este proyecto de manipulación.(84)

¿Quieren nuestros periodistas alfa, que muestran o han mostrado una pegajosa cercanía a tales organizaciones proamericanas en Alemania, afirmar que no sabían todo esto?

¿Y qué decir de las subvenciones a periodistas de los partidos políticos? ¿Creen realmente los ciudadanos que un graduado de la academia de periodismo de la Fundación Konrad Adenauer (85), afiliada a la CDU, o de la academia de periodismo de la Fundación Friedrich Ebert (86), afiliada al SPD, cambiará el interruptor de su cerebro después de esta formación e informará en el futuro sólo de forma neutral después de la formación afiliada al partido?

Afirmo desde mi experiencia personal de muchos años: No, todo eso no es posible.

Yo también fui construido y promovido por esa red de élite que desde hace tiempo envuelve imperceptiblemente a periodistas influyentes como un pulpo y los guía por la pluma. Por supuesto, yo era al mismo tiempo un periodista supuestamente independiente en el Frankfurter Allgemeine Zeitung y también formaba parte del equipo de planificación de la Fundación Konrad Adenauer, cercana a la CDU.

En retrospectiva, era un lobista. Un lobista, por ejemplo, intenta influir en la opinión pública para grupos de interés a través de los medios de comunicación. Eso es lo que yo hacía. Para el servicio alemán de inteligencia exterior, por ejemplo.

El FAZ me animó expresamente a aumentar mis contactos con los servicios de inteligencia occidentales y se alegró cuando añadí mi nombre a los informes que a veces preescribían, al menos en palabras clave.

Uno de los muchos ejemplos que han quedado bien grabados en mi memoria: el reportaje de denuncia "Empresas europeas ayudan a Libia a construir una segunda fábrica de gas venenoso" del 16 de marzo de 1993, que como muchos de mis informes relacionados con la inteligencia causó sensación en todo el mundo, había sido formulado por dos empleados del BND en mi presencia, en una sala de visitas del FAZ en la Hellerhofstrasse 2 de Francfort. En otras palabras, me dictaron en gran parte, párrafo por párrafo, el artículo que luego se publicó en la redacción del FAZ. Una de las tareas de estos dos empleados del BND era redactar informes para periódicos alemanes de renombre. En aquella época, el BND, con el conocimiento de los medios de comunicación alemanes, hacía esto para muchos periódicos, según sus empleados. Más tarde, el BND llegó a tener una pequeña oficina bien camuflada a sólo dos manzanas de la sede del FAZ en Fráncfort, en Mainzer Landstrasse, en la primera planta, justo encima de una tienda. En cualquier caso, allí había material clasificado procedente del BND. Cuando el equipo había adquirido "práctica" en la formulación de artículos, llegaba un momento en que se pasaba al siguiente nivel superior de

"cooperación": uno recibía montones de documentos secretos que podía evaluar a su antojo.

Recuerdo que en el FAZ habíamos comprado un armario de acero especialmente para los numerosos informes secretos. (Durante una visita de colegas a la redacción de una revista de Hamburgo, vi que allí lo hacían de forma similar). No sabía entonces con qué desprecio hablan los servicios secretos de los periodistas. "Se puede tener un periodista más barato que una buena puta, por unos cientos de dólares al mes". Con estas palabras, el redactor Philip Graham del Washington Post citaba a un agente de la CIA sobre la disposición y el precio de aquellos periodistas que estaban dispuestos a difundir informes propagandísticos en artículos para la CIA. Con el respaldo de sus empleadores, por supuesto, que sabían y apoyaban todo esto. Y el BND era el brazo extendido de los servicios de inteligencia estadounidenses, una especie de organización subsidiaria. Nunca me ofrecieron dinero en el BND. Pero no lo necesitaban conmigo y con muchos de mis colegas alemanes. Nos sentíamos muy bien cuando una agencia de inteligencia nos encargaba algo o nos permitía trabajar para ellos de alguna manera (87).

Algunas cosas las aprendí, pero no se me permitió informarlas. Eran pruebas de mi fiabilidad como aguador y lacayo de los servicios secretos.

Los servicios de inteligencia extranjeros también me financiaban viajes. Por ejemplo, los servicios británicos a conferencias de inteligencia en Wilton Park. (88). Después de la Segunda Guerra Mundial, la finca británica fue inicialmente un campo de reeducación para alemanes seleccionados (89) y también se utilizó más tarde para dirigir a alemanes, por ejemplo a periodistas como yo.

Fue financiado por los servicios británicos. Ni una palabra al respecto en las revelaciones del denunciante de inteligencia Edward Snowden. No parece figurar en sus documentos.

En el verano de 2005, cuando yo era "corresponsal jefe" de la revista de lujo Park Avenue, pasé más de una hora al teléfono desde mi despacho en la editorial hamburguesa Gruner + Jahr con el antiguo jefe de la CIA, James Woolsey, cuya esposa trabaja en la organización de propaganda transatlántica German Marshall Fund (luego hablaremos de eso). Me maravilló en la conversación que la conexión no se rompiera, porque Woolsey estaba sentado en su despacho de Virginia durante nuestra llamada telefónica, luego en una limusina y más tarde en un helicóptero. Y la conexión fue tan buena como si hubiera estado sentado justo enfrente de mí. Hablamos del tema del espionaje industrial. Y Woolsey quería que presentara un informe a Gruner + Jahr que diera la impresión de que EE.UU.

no realizaba espionaje industrial en Alemania a través de sus servicios secretos. Para mí, no sólo era absurdo el contenido de la conversación - gracias a Dios nunca se imprimió. Lo realmente absurdo en mi opinión fue que la editorial Gruner + Jahr enviara a la secretaria del responsable de la CIA Woolsey en Virginia un ramo de flores después de la conversación como algo natural, porque un empleado de Gruner + Jahr quería mantener caliente el contacto con la CIA.

Sí, en retrospectiva, yo también fui uno de esos perpetradores a los que se proporcionaba material desde el exterior y se instrumentalizaba. Yo era un grupo de presión que debía influir en la opinión pública a través de los medios de comunicación. Lo que pasa es que entonces no quería admitirlo. Por eso puedo entender que antiguos colegas que todavía hoy se comportan de la misma manera y son miembros o cercanos a asociaciones de lobby proamericanas, por ejemplo, tampoco quieran admitirlo hoy. Pero mirar para otro lado no lo convierte en correcto. Un grupo de presión informa tendenciosamente. Y la información tendenciosa de nuestros principales medios de comunicación también está confirmada (con varios ejemplos del FAZ, entre otros) por el trabajo de la universidad de Múnich "Tendenziöse Attributierung in deutschen Printmedien" publicado en 2012. [\(90\)](#)

Hace algún tiempo encontré el titular: " Estudio: FAZ encabeza la lista de lectura de los grupos de presión". [\(91\)](#). El artículo decía: "La publicación más leída por los grupos de presión alemanes es el Frankfurter Allgemeine Zeitung. Encabeza la lista de lectura del 88% de ellos". ¿Por qué? Veámoslo más de cerca.

Cómo me sobornó una petrolera:

El ex Presidente Federal Johannes Rau (SPD) dijo una vez: "Se vuelve peligroso cuando los periodistas influyen en los procesos políticos o incluso en las decisiones electorales mediante una acción activa guiada por otros intereses. Se vuelve peligroso cuando los estados de ánimo se refuerzan deliberadamente o incluso se crean mediante exageraciones o medias verdades".

Echando la vista atrás, yo era uno de los que debían influir en los procesos políticos a través de sus reportajes. Cuando, por ejemplo, en mis innumerables viajes al extranjero, a veces los respectivos residentes del BND me proporcionaban "información" para mis "reportajes" en el FAZ, entonces me parecía "evidente". Sin embargo, casi nunca pude comprobar si la información era correcta. Pero la difundí con el respaldo de mis jefes de entonces. La formulación que debía utilizar solía ser "según informaciones de los círculos de los servicios secretos". El FAZ estaba muy orgulloso de tener buenos contactos con los "círculos de los servicios secretos". Pero nadie podía verificar la "información" difundida por ellos. Simplemente la publicamos. Mirando hacia atrás, me siento avergonzado. Cooperé voluntariamente, pero también me dijeron que podían despedirme si no participaba. Sí, realmente existe algo así. Yo había estudiado Derecho en aquella época y, por precaución, pregunté a colegas que se habían hecho abogados. Me confirmaron que un empresario podía despedir a un empleado si se negaba a colaborar con el BND. Más tarde también hubo sentencias abiertamente visibles al respecto, un ejemplo: un piloto que no quería trabajar encubiertamente para el BND en la filial de ADAC Aero-Flugdienst fue despedido por "poner en peligro la seguridad del Estado". Y el tribunal laboral aprobó el despido.[\(92\)](#)

Muchos lectores no creerán posible algo así en una democracia, sino que lo asociarán a países como la RDA. Pero era la realidad. La amplia red de corresponsales alemanes en el extranjero también era interesante desde el punto de vista del BND. Era la tapadera perfecta para hacer realizar investigaciones delicadas a través de "periodistas" poco sospechosos. Los colegas que se dedicaban a esto me lo contaban en el extranjero porque yo también participaba en esta red. Nos prometimos silencio.

Pero hay que tener en cuenta que el BND cuenta con unos 17.000 empleados "informales", además de los 6.000 permanentes. Tienen trabajos bastante normales y nunca admitirían abiertamente que también trabajan para el BND. Así

ocurre en todo el mundo. Porque, como inevitablemente aprendí en el transcurso de las décadas en el extranjero, casi todos los reporteros extranjeros de los periódicos estadounidenses o británicos también trabajaban para los servicios secretos nacionales.

Simplemente hay que tener esto en cuenta si uno cree que está viendo reportajes "neutrales" en los medios de comunicación.

Cuando a finales del verano de 1993, animado por mi empleador, pasé a trabajar para la Bundesakademie für Sicherheitspolitik (Academia Federal de Política de Seguridad), cercana a los servicios de inteligencia, o fui liberado durante mi horario de trabajo por una invitación de seis semanas de la organización transatlántica de lobby German Marshall Fund de Estados Unidos, entonces esto también tuvo ciertamente un impacto en mis reportajes. El German Marshall Fund me envió a Nueva York, por ejemplo, a trabajar en un turno de noche con policías en el Bronx. En el FAZ escribí el artículo "Los policías más duros del mundo cruzan estas puertas". Fue uno de los muchos artículos positivos sobre los Estados Unidos, discretamente organizados por el German Marshall Fund. Mirando hacia atrás, cuesta creer que incluso me dieran un arma de fuego real. Todavía se conserva una foto de cuando me la entregaron en la comisaría de Nueva York. El lector no supo nada de los antecedentes de este benévolo reportaje en el FAZ. Tampoco se enteró de los contactos que se me facilitaron discretamente durante esta estancia. Por ejemplo, una reunión con Reza Cyrus Pahlavi, el hijo del Sha de Persia, que aún esperaba recuperar el trono de Teherán para su familia con la ayuda de la CIA. Reza Cyrus Pahlavi necesitaba sobre todo una cosa: atención mediática. Y el FAZ, como uno de los muchos periódicos de renombre, iba a proporcionar apoyo mediático a los planes cuando llegara el momento oportuno, o eso fue lo que supe en nuestra reunión.

Este Fondo Marshall alemán es una organización de propaganda de nuestra antigua potencia ocupante, Estados Unidos, fundada por Guido Goldman, hijo de Nahum Goldman, fundador y presidente del Congreso Judío Mundial. El Fondo Marshall, según su autodescripción, pretende "promover líderes comprometidos en el ámbito de las relaciones transatlánticas". Eso suena bonito y positivo, pero en lenguaje llano significa que quiere atraer y promover a grupos de presión proamericanos.

¿No se imagina nada concreto al respecto? Por ejemplo, el 22 de julio de 1993, el entonces Gobernador de Oklahoma me nombró oficialmente ciudadano honorario de Oklahoma. Ese día, el gobernador David Walters firmó mi certificado de ciudadano honorario, que primero se enmarcó y luego se me

entregó en una ceremonia solemne (" Ciudadano honorario del Estado de Oklahoma").

Esto fue organizado, sin mi conocimiento, por el German Marshall Fund, que me sorprendió con la ceremonia. El certificado, con el sello del Estado, el escudo de armas y la firma en el papel oficial del Estado, cuelga hoy en mi despacho. Como recordatorio de los pérfidos trucos utilizados para atraer a los periodistas de los principales medios de comunicación. Porque, por supuesto, no me convertí en ciudadano honorario de los EE.UU. porque me llamara Udo Ulfkotte y en aquella época coleccionara viejos tinteros como pasatiempo, sino porque la transatlántica German Marshall Fund quería abrazarme de tal manera que cuando informara como ciudadano honorario no hubiera más remedio que ser proamericano.

Fui testigo de cerca de este pérfido cabildeo en EE.UU. durante seis semanas y desde entonces he roto todo contacto. Mi antiguo colega del FAZ y actual jefe de política exterior del FAZ, Klaus-Dieter Frankenberger, cuyo nombre aparece de vez en cuando en el German Marshall Fund, es muy diferente. (93)

Por supuesto, en los viajes de negocios que hice con políticos, también me dieron cuadernos de trabajo con "información de fondo". Por supuesto, yo debía poner la "información" en el periódico exactamente de la misma manera. Todo esto era lobbyismo en estado puro. Pero los lectores no lo sabían. Mi empleador de muchos años, el FAZ, me alentaba en la creencia de que un periodista no se "prostituía" y no podía ser comprado si aceptaba costosas invitaciones de empresas como Shell para viajar al extranjero para el FAZ y luego informaba sobre ellas en el FAZ de manera muy favorable. Cuando, tras un viaje de este tipo, un periodista me acusó de corrupción ("sobornado por Shell"), el FAZ me llevó a los tribunales en Colonia (Ref.: 28 0 19/97). Y perdí. Eso fue en 1997, y desde entonces ha sido correcto afirmar que fui "sobornado" por Shell. Esto se debe a que en uno de mis artículos sobre Shell en Nigeria no era evidente para el lector que todo el lujoso viaje de investigación a la zona productora de petróleo allí, incluido el helicóptero sobre el terreno, había sido financiado por Shell para la FAZ. Incluso si la referencia al hecho de que Shell había pagado el viaje hubiera estado originalmente en mi texto y hubiera sido acortada más tarde en la redacción por un colega editor para que el artículo cupiera en la página, entonces yo tendría que asumir la culpa por ello, al igual que el FAZ. (94)

Los jueces estimaron: "La necesaria ponderación entre la protección del honor del demandante", es decir, de mi persona, "y la libertad de opinión del demandado conduce a considerar admisibles las declaraciones denunciadas. En opinión de la Sala, no se da el caso de crítica difamatoria prohibida".

Quien crea ahora que el viaje pagado por Shell para el FAZ, tras el cual se me puede llamar "sobornado", fue para mí una agradable experiencia de 5 estrellas, debería leer un artículo de Klaus Podak del Süddeutsche Zeitung, que también viajó conmigo, sobre nuestras experiencias comunes en el viaje de Shell a Nigeria. Su informe decía: "Hay un joven saltando con ropa militar impecablemente planchada, obviamente a punto de volverse loco. Agita su subfusil, con el dedo en el gatillo. Segundos antes, en la ventanilla lateral del minibús, había apuntado a la cabeza de un colega, con el dedo en el gatillo" . El colega amenazado de muerte de esta manera durante su investigación en el lugar se llamaba Udo Ulfkotte. ¿Se imaginan lo que se siente al ser llamado "sobornado" después de semejantes experiencias de camino a un simulacro de ejecución? Y sin embargo, mirando hacia atrás, estoy de acuerdo con quienes me llamaron así en su momento. Algunos de mis primeros viajes al extranjero en nombre de la FAZ me llevaron al sur de África en la década de 1980, por supuesto totalmente pagados por el régimen sudafricano del apartheid de la época, la compañía aérea sudafricana, las empresas mineras sudafricanas y/o la industria turística local. Firmado y aprobado por mis superiores en la FAZ. Ni una palabra al respecto en mis artículos. Y como era tan "simpático", me permitieron rodar algunos telefilmes en el país del Cabo con el equipo de la entonces televisión privada de la FAZ ("Tele-FAZ"). Positivo para los financiadores del viaje, claro. También pagado por los partidarios del régimen del apartheid, por supuesto. En el sur de África nos llevaron por todo el país en un avión privado. Los empleados de FAZ fuimos cortejados y, en última instancia, comprados. Los telespectadores (algunos reportajes se emitieron en RTL, por lo que recuerdo) tampoco sacaron nada en claro. RTL probablemente no sabía qué tipo de basura propagandística, financiada por los sudafricanos, les estaba dando la FAZ.

FAZ: Detrás de todo esto hay a veces una cabeza corrupta

¿Información difamatoria en el supuestamente tan reputado FAZ? ¿No te lo crees? El periodista del FAZ Werner Sturbeck, uno de los corresponsales del FAZ en Düsseldorf, se dejó sobornar por Thyssen-Krupp en 2012; al menos así lo veo yo según la sentencia del Tribunal Regional de Colonia ya citada (Ref.: 28 O 19/97). Ni una palabra al respecto en su currículum oficial en la FAZ. [\(95\)](#)

El 3 de agosto de 2012, Sturbeck escribió el artículo de cortesía "La otra cara de Thyssen-Krupp" en la sección de negocios del FAZ. Con ello, el FAZ se prostituyó en favor del grupo Thyssen-Krupp. Antes del artículo de favor, Werner Sturbeck había volado en julio de 2012 en el jet de la empresa Thyssen-Krupp a Múnich y desde allí en primera clase con Lufthansa durante cinco días a Pekín. Se alojó en los hoteles de cinco estrellas "China World" de Pekín, "Ritz-Carlton Pudong" de Shanghái y "Sofitel" de Nanjing, sin pagar ni un céntimo. Todo fue financiado por Thyssen-Krupp. Y esperaban una cobertura benévola por ello. La FAZ se ahorró unos 15.000 euros sólo en gastos de viaje. Ni una palabra de esto en el benévolo artículo que Werner Sturbeck escribió después, a pesar de que el código del Consejo de Prensa alemán así lo prescribe para este tipo de viajes por invitación. [\(96\)](#)

Como suele ocurrir, el FAZ se extralimitó claramente. Lo importante es que los lectores que pagan no se enteren. En el capítulo "Favoreciendo favores: Cómo hacer que los medios cumplan" , enumero más hechos desagradables. En retrospectiva, el FAZ dice con culpabilidad sobre el viaje de lujo de Sturbeck: "Viajar con Thyssen-Krupp en 1ª clase no es habitual ni está en regla". ¿No es habitual? Tuve que reírme a carcajadas cuando oí eso. Echemos primero un vistazo más de cerca a uno de los patrocinadores de los típicos viajes de lujo, sobre los que el FAZ, por supuesto, siempre informó favorablemente en el pasado. Echando la vista atrás, no recuerdo exactamente cuántos viajes de lujo financió para los periodistas del FAZ uno de los hombres más ricos del mundo, el fabuloso sultán Qabus de Omán. [\(97\)](#) El hombre es multimillonario. Y es un dictador entrenado. No sólo la cadena estadounidense CBS News llama así al gobernante de Omán. [\(98\)](#). The London Guardian le llama "autócrata". [\(99\)](#) El diario Welt lo califica de "dictador más simpático" del mundo. Es uno de los pocos dictadores a los que Estados Unidos sigue apoyando oficialmente. [\(100\)](#)

Pero un dictador es y sigue siendo un dictador. ¿Es admisible que un periódico de renombre reciba invitaciones de un dictador? En cualquier caso, en la planta ejecutiva del FAZ siempre se han aceptado de muy buen grado invitaciones de lujo del dictador para el propio personal. Describiré esto en detalle. El FAZ siempre ha golpeado cuando había invitaciones gratuitas del reino del dictador. Y no sólo desde allí. Porque el lector no se daba cuenta. Un lector medio tendrá primero una impresión completamente equivocada. Pensará: Ajá, alguien está pagando un viaje a un periodista. Sin embargo, en lo que respecta al país de Omán, que utilizamos aquí como representante de otros, esto sería un eufemismo que difícilmente se puede subestimar. La realidad: En el caso de las invitaciones de Omán, se viajó como supuesto VIP de la FAZ en business o primera clase a expensas del jefe del Estado. En el aeropuerto, el personal del Sultán esperaba a que el invitado -un simple periodista- pasara por los controles de forma extremadamente discreta y rápida, pasando por delante de los "mortales normales". A más tardar, uno ya no se sentía como un simple periodista, sino como un VIP y, de alguna manera, extremadamente importante. Entre medias, cabe mencionar que este trato especial no sólo se aplica al exótico Sultanato de Omán, sino que también sucede con frecuencia a los periodistas. Especialmente a los periodistas de los "principales medios de comunicación". De vuelta a Omán: una limusina de lujo con aire acondicionado, chófer e intérprete esperaba fuera del aeropuerto durante todo el resto del viaje. Al mismo tiempo, el intérprete era siempre una especie de cartera viviente y casi nunca me permitía pagar nada por mi cuenta. Cada deseo se leía en los ojos del huésped. Y, en última instancia, financiado por el multimillonario dictador Sultan Qabus, que se encontraba en Alemania para recibir tratamiento contra el cáncer cuando se escribió este manuscrito. [\(101\)](#)

Una vez conocí al actor Diether Krebs (murió en 2000) en el bar del lujoso hotel omaní de cinco estrellas Al Bustan Palace, donde me alojaba en una amplia suite con vistas al mar a coste cero para la FAZ. Nos pusimos a hablar. Y Krebs se asombró de que un periodista alemán pudiera permitirse un hotel de lujo tan caro. Se quejó de lo extremadamente caros que eran los cursos de buceo Padi, reconocidos internacionalmente, que impartía en el hotel el griego Jason Erodottu, y que sus hijos Moritz y Till estaban haciendo allí. No le dije que mis inmersiones estaban simplemente reservadas en la habitación. Y el sultán las pagó después. Sí, el sultán pagó incluso mi formación para convertirme en buceador de rescate certificado por Padi con Jason Erodottu como instructor privado. Pagó por todo lo que fue mágicamente reservado en la habitación. La ropa sucia que había que volver a lavar antes de partir, las postales de la tienda

de recuerdos, las costosas llamadas telefónicas del hotel a la redacción, las visitas a los restaurantes de categoría. Esa era la costumbre en el país para los invitados del sultán, me dijeron los escoltas del Estado. Fui ingenua y estúpida al aceptarlo. Porque entonces, por supuesto, yo era corrupto. Así es como te atrajeron y te atraparon. No hace más correcto admitir todo esto hoy. Pero podría ser una advertencia para otros.

Porque todo esto sólo tenía un propósito: quien aceptaba la limusina con aire acondicionado, chófer e intérprete, quien se mimetizaba con los superricos y se dejaba conducir e invitar, estaba por supuesto bajo control constante. El servicio de seguridad del país (y la dictadura omaní dispone de una extensa red de seguridad) y el ministro de Información, que era también el jefe del servicio secreto, estaban así constantemente informados de todos los movimientos del periodista. También controlaban a los interlocutores y las impresiones que uno se llevaba del país. Sabían con quién hablabas por teléfono. Por supuesto, en esos viajes no había personas descontentas ni siquiera "miembros de la oposición" como interlocutores. ¿Cómo podría haberlos? Sólo te rodeaban constantemente los "guías" del jefe del servicio secreto, a los que todo ciudadano normal del país reconocía inmediatamente como empleados del servicio secreto. Si abrías un periódico local, sólo había himnos de alabanza al Sultán. Por supuesto, el Sultán también es dueño de los medios de comunicación. Informes judiciales. En la embajada alemana no era diferente. Al fin y al cabo, los diplomáticos no querían arriesgarse a que les publicaran en el FAZ una frase crítica y luego les echaran del país, donde la vida era tan paradisíaca si uno cerraba los ojos lo suficiente. Por supuesto, uno se daba cuenta de que a los omaníes se les atendía primero en las tiendas. Los extranjeros, no sólo los trabajadores emigrantes del subcontinente indio, eran obviamente ciudadanos de segunda clase a ojos de los omaníes. Y, por supuesto, hay violaciones de los derechos humanos en este país dictatorial, que yo y muchos otros periodistas hemos "pasado por alto".

Limusina de lujo de 5 estrellas con aire acondicionado, suite de 5 estrellas, cielo azul, mar y ambiente de vacaciones: ésa era la realidad "maquillada" que yo percibía. Todo lo demás era mejor ocultarlo. Eso es lo que hicieron también otros que viajaron en aquella época desde países de habla alemana invitados por el sultán y que hicieron relaciones públicas para él. Pero eso no lo hace mejor.

Imagínese a un joven de una familia pobre que, como su padre había muerto prematuramente, tenía que trabajar duro para conseguirlo todo. Repartir

periódicos, trabajar en la construcción, estar en la cadena de montaje... sólo para poder estudiar y tener buenas perspectivas profesionales. Y luego el premio gordo. Gratis. Sin ningún esfuerzo. Espera, ¿sin esfuerzo? Sólo tenías que esconder lo que no querías ver. Ser periodista judicial era el precio del premio gordo. Después de mi primer viaje a Omán, naturalmente informé de mis experiencias entre mis colegas. No sólo en el FAZ. Y había otros colegas que también querían llevarse el premio gordo.

Nunca olvidaré a mi amigo Klaus Bering, entonces corresponsal diplomático de la agencia de noticias dpa. Él también estaba en Omán para dpa por invitación del Sultán y disfrutó del tentador trato de 5 estrellas que se le ofrecía. En nuestro vuelo conjunto de regreso de la capital omaní, Mascate, a Alemania, el respetado periodista se sirvió tal cantidad de alcohol en la clase preferente que vomitó descaradamente varias veces delante de sus compañeros de vuelo. Más tarde, Bering aún daba por hecho que las azafatas le limpiaban el vómito como a un pequeño jeque, porque todas las facturas las pagaba el Sultán. Es posible que el ex ministro de Asuntos Exteriores Klaus Kinkel tuviera muy malos recuerdos del corresponsal de dpa. Cuando Kinkel, el corresponsal de dpa Bering y yo viajamos a Oriente Próximo en un minúsculo avión de la Bundesluftwaffe, Bering, fumador empedernido, no paraba de echar mano al cigarrillo, a pesar de que Kinkel le pidió en repetidas ocasiones, de forma educada pero también enérgica, que tuviera consideración con los no fumadores del avión. Probablemente Kinkel lo recordará bien hoy, porque el aire en el pequeño avión era sencillamente insoportable.

Algunos periodistas realmente no conocían límites cuando se trataba de viajes de invitación. En retrospectiva, Klaus-Dieter Frankenberger y yo fuimos algunos de los beneficiados que informamos favorablemente y, desde mi punto de vista personal, no neutralmente sobre Omán tras los viajes de invitación. Pero también hubo muchos otros, especialmente fuera de la FAZ, que de repente quisieron ir a Omán en aquella época. Para aclarar: No sé y no afirmo que mi antiguo colega de la FAZ Frankenberger aceptara regalos en Omán. Sin embargo, sí recibió, y hemos hablado de ello a menudo, un agradable trato de lujo de 5 estrellas in situ, como yo también he experimentado una y otra vez en Omán como invitado del Sultán. Frankenberger, lo hablamos en la redacción, no lo consideró indecente ni se sintió "corrompido" en su momento, al igual que yo. En esos lujosos viajes de invitación, éramos como niños en una tienda de golosinas que no sabían qué tarro coger primero. Por supuesto que lo cogíamos. Al fin y al cabo, era un

trabajo. Y sin preguntas. En el fútbol, el delantero centro no dice: quiero ganar menos que el defensa, me parece injusto. Ya entonces, en la FAZ, vivíamos en una sociedad que, en mi opinión, había perdido la brújula y cuyo canon de valores se había corrompido. ¿Qué es bueno? ¿Qué es malo? Pero dábamos a los demás ese canon de valores en los editoriales, lo que, en retrospectiva, era una locura. Frankenberger es hoy bastante controvertido tras las revelaciones sobre él, (102) pero todavía jefe del departamento de asuntos exteriores de la FAZ. Empezamos en la FAZ más o menos al mismo tiempo, en 1986. más o menos al mismo tiempo.

Frankenberger, como una tesis de licenciatura de Múnich de 2012 ejemplificó más tarde en en 2012 en un contexto diferente ejemplificó esto en uno de sus artículos, que sus reportajes eran tendenciosos. (103). Yo también solía hacerlo. La verdad es que Frankenberger y yo aceptamos invitaciones de lujo pagadas por Omán desde los años noventa. Y lo hacíamos sin que nuestros lectores se enteraran de quién pagaba todo el paquete de despreocupación de la FAZ: el multimillonario Qabus del Sultanato de Omán. Entonces, ¿qué se puede decir hoy como crítico sobre personas como yo y el actual director de política exterior de la FAZ? ¿En referencia a la mencionada sentencia del Tribunal Regional de Colonia (expediente nº: 28 0 19/97) (104) de que nos dejamos "sobornar" en el pasado por nuestros reportajes sobre Omán? En retrospectiva, tengo que decir: me compraron. Esta proximidad al poder era corruptora. El Sultán tenía su propia orquesta sinfónica. (105). Tenía todo lo que una persona puede desear. En su enorme garaje subterráneo, todos los coches elegantes del mundo estaban aparcados sobre mullidas alfombras. Y, de repente, te sentabas en el sofá de su palacio. En realidad, no eras más que uno de sus muchos lacayos a sueldo. Pero no te sentías como un extra, sino como parte de una poderosa red. También porque el multimillonario sultán te dedicaba tiempo.

Sin embargo, a veces las cosas resultaban completamente distintas de lo esperado. En mi primera reunión con el sultán Qabus para el FAZ, no sabía que se suponía que el sultán Qabus era gay y que solía estar casado por poco tiempo para mantener las apariencias en su país islámico. (106). Y Anthony Ashworth (107), el consejero británico y hombre de inteligencia del MI6 en la antecámara del Sultán, que me estaba preparando para la primera conversación con el Sultán, en la que el Sultán y yo estaríamos solos durante horas, me dijo algo extraño que nunca olvidaré: "Si te ofrece un Ferrari y no lo quieres, declínalo con las gracias. Sólo tienes que decírselo muy educadamente, pero ya muy claramente". Esto me pareció absurdo y me pareció de un humor británico particularmente seco, pero

entonces no conocía el trasfondo. ¿Por qué iba a regalarme el Sultán un Ferrari? Sobre todo porque los Ferrari no son mi mundo. Me gustan más los viejos tractores Deutz de los años 60 con 18 km/h de velocidad máxima. Como ya he dicho, no tenía ni idea de que el multimillonario con su propia orquesta sinfónica, en cuyo palacio nunca he visto a una mujer pero sí a muchos jovencitos, supuestamente puede ser muy confiado con los hombres cuando estás a solas con él en el sofá. Para no crear aquí una falsa impresión: El Sultán se comportó de forma totalmente correcta conmigo. Tampoco me ofreció un Ferrari. Pero el hombre del servicio secreto Anthony Ashworth y, sobre todo, la embajada alemana estaban terriblemente nerviosos porque temían que el Sultán me hubiera tirado los tejos durante nuestra conversación a solas de una hora (lo que no fue el caso). Al contrario, el Sultán me había contado lo solo que se sentía en sus palacios y lo a gusto que se sentía en un pub cerca de Garmisch-Partenkirchen, que había comprado para poder ser allí una persona completamente normal con sus amigos varones durante unas horas muy raras tomando una cerveza alemana. Es importante para mí subrayar que esta cercanía corrompe. Cuando el sultán Qabus financiaba viajes para el FAZ y el dictador contaba anécdotas de su vida en el sofá, todo era frío y calculador. Y yo, o más bien nosotros en FAZ, nos lo creímos. Por supuesto, todo esto influyó en los reportajes del FAZ. Desde luego que influyó.

Porque el sultán Qabus, a pesar de su fingida amabilidad, no es más que un déspota. Casi todos los informes sobre derechos humanos del Departamento de Estado norteamericano lo confirman. El informe critica que cualquier forma de crítica al sultán está prohibida por la ley y que los omaníes no tienen derecho a cambiar el gobierno. Al fin y al cabo, el sultán es el único que tiene poder de disposición en todos los asuntos nacionales e internacionales. En lenguaje llano, es un dictador. Los funcionarios del Estado, continúa el informe del Departamento de Estado, no tienen que revelar sus finanzas. Y los agentes de policía no necesitan una orden de registro para entrar en los domicilios. Continúa diciendo que se abusa de las leyes del país para silenciar a los críticos del gobierno o a los defensores de opiniones impopulares. También restringen la publicación e importación de libros y otros productos de los medios de comunicación. (108). Y ahora busque todo esto en los reportajes que escribimos en el Frankfurter Allgemeine Zeitung con motivo de las invitaciones de lujo de Omán. Evidentemente, casi nada ha cambiado en este sentido hasta nuestros días. En periódicos como el FAZ casi sólo aparece el sonriente y benévolo supersultán, al que supuestamente casi todo el mundo quiere tanto. Echando la

vista atrás, tengo que decir: lobbyismo, propaganda y desinformación en estado puro. Qué vergüenza.

Apoyamos fríamente a un dictador brutal. Si hubiéramos sido honestos, habríamos informado en el FAZ sobre las numerosas violaciones de los derechos humanos en Omán. Pero como el Sultán ha comprado a periodistas extranjeros como nosotros para viajes de lujo, ha podido seguir así durante muchos años. Un ejemplo: En julio de 2014, dos jóvenes blogueros omaníes fueron detenidos porque se atrevieron a señalar en Internet las violaciones de derechos humanos en Omán. A los jóvenes no se les permitió ponerse en contacto con un abogado. Simplemente los encerraron. Y a uno de ellos lo enviaron a un psiquiátrico porque se atrevió a criticar al sultán. (109). Esto ocurre desde hace años: Quien abre la boca es detenido. (110).

Si, en retrospectiva, los lectores saben ahora quién financió parte de nuestros viajes de 5 estrellas a Omán con los consiguientes informes favorables en los años 90, leen los artículos sobre Omán que escribimos con ojos completamente nuevos. Entonces, ¿podemos decir todavía hoy, por analogía con la sentencia del Tribunal Regional de Colonia antes mencionada, que el FAZ se "prostituyó" no sólo con las historias de Shell, sino también con sus reportajes favorables a Omán?

Para que quede claro: mi colega Klaus-Dieter Frankenberger es una persona totalmente simpática, un fumador de puros acogedor que aprecia un buen trago. Sólo queremos ceñirnos a la verdad. Y yo también me dejé "sobornar" por Omán en los años noventa. Desde la perspectiva del lector de hoy, sería interesante saber quién organizó los viajes al Sultanato de Omán en los últimos años. ¿Sigue haciéndose todo a través de Renate Komes y la oficina de prensa alemana para Omán? (111).

Desde los primeros viajes de Frankenberger a Omán en los años noventa ("Omán va camino de convertirse en una joya árabe")(112) hasta la "improbable historia de éxito de Omán"(113), pasando por la "voz del equilibrio y la razón"(114) y la "solemne ceremonia de apertura de la segunda sesión" del "Consejo de Omán"(115), yo mismo -tal como lo veo en retrospectiva- seguía siendo testigo desde la proximidad editorial en el Frankfurter Allgemeine Zeitung, cómo mi colega de entonces cruzaba una frontera invisible con cada viaje de lujo al país del dictador multimillonario. Al igual que yo. Omán, hay que subrayarlo aquí, es sólo un sinónimo de multitud de experiencias de este tipo en los medios de comunicación alemanes. Nunca he experimentado esto en Der Spiegel. Que yo sepa, los periodistas de Spiegel nunca se han dejado invitar a dictadores a viajes tan lujosos. Era una cuestión de honor. Y allí todo el mundo lo

cumplía. En el FAZ era muy distinto. En retrospectiva, estábamos corrompidos hasta la médula.

Personas como Frankenberger, que han ascendido en la jerarquía de los medios de comunicación, ¿se dan cuenta de todo esto hoy en día? Probablemente sí. Porque después de un escándalo sobre viajes de lujo pagados por la FAZ en otro contexto y sobre la venalidad de los periodistas de la FAZ, se dijo que a partir de ahora querían crear "transparencia" en la FAZ. (116) "En el futuro, ofreceremos transparencia sobre los viajes a los que hayamos sido invitados", declaró a la revista medium en 2012 Carsten Knop, responsable de los informes corporativos de FAZ. Tras las revelaciones de viajes a cuenta de la empresa en primera clase de Lufthansa y en hoteles de cinco estrellas, Knop, de FAZ, dijo sobre la nueva transparencia: "No se trata de nada temporal, sino de una nueva norma. Así seguirá siendo ahora". (117) Como lector, uno debería prestar atención a si esa transparencia sólo se practica en la sección de negocios o también para la política en el caso de viajes pagados o invitaciones. Michael Spreng, consultor político que fue redactor jefe del Cologne Express y Bild am Sonntag, también está muy familiarizado con este tipo de generosas invitaciones a periodistas y tratos especiales. Escribe sobre ello:

La última escala de mi viaje sudamericano con Helmut Schmidt fue la República Dominicana, entonces gobernada por un partido que se autodenominaba socialdemócrata. (...) La última noche de la visita de Estado, Schmidt me invitó a una recepción en el buque escuela "Deutschland" de la Marina alemana, donde conocí al Secretario General del partido gobernante. Me invitó a quedarme unos días más para conocer mejor el país. Me quedé y a la mañana siguiente un vehículo del ejército me recogió y me llevó al aeropuerto. Durante los tres días adicionales me acompañó una persona muy simpática del Ministerio de Asuntos Exteriores. Me dijo que el helicóptero presidencial estaría a mi disposición todo el tiempo. Durante tres días sobrevolamos todo el país y el helicóptero, decorado con el escudo presidencial, aterrizaba siempre donde a mí me gustaba, y cientos de personas se congregaban porque pensaban que venía "El Presidente" (118)

Menciono esto porque el lujoso trato preferente a los periodistas de los principales medios de comunicación no se limita ciertamente a la FAZ. Todos los que han creído hasta ahora que los acontecimientos de Omán, que he descrito como ejemplo, son en realidad completamente atípicos para los periodistas de los principales medios de comunicación, están muy equivocados. Y los jefes de los

periodistas también lo saben. Hablaré de ello en detalle en el capítulo "Cómprate un periodista". Porque: o bien estos jefes reciben personalmente las invitaciones y las transmiten a sus redactores. Entonces conocen el trasfondo. O los redactores reciben las invitaciones y tienen que obtener la aprobación de los jefes. Así que estos viajes siempre cuentan con el visto bueno previo de los superiores: Sólo por razones de seguridad. Y en la solicitud de viaje hay que indicar aproximadamente lo que ese viaje costará a la editorial. Si la solicitud de viaje de negocios sólo incluye los costes del trayecto de ida y vuelta al aeropuerto, entonces el jefe sabe exactamente lo que está aprobando. Y en la FAZ, mis superiores de entonces aprobaron muchos viajes de este tipo. No sólo el mío.

Olvídense de Omán en este contexto. También se podría sustituir al Sultán por una empresa industrial u otro país. Omán en este libro es simplemente sinónimo de corrupción, de reportajes comprados. Pero era una situación en la que todas las partes salían ganando desde el punto de vista de la época. El invitante no obtuvo por su dinero un texto publicitario claramente marcado como "anuncio" o "publicidad". No, obtuvo un texto supuestamente auténtico en la sección editorial del periódico, que desde el punto de vista actual no era más que un reportaje sobornado, pero que no estaba marcado como relaciones públicas. Y el financiero obtenía no sólo uno, sino normalmente toda una serie de textos publicitarios de este tipo. Sólo desde un punto de vista comercial, esto valía la pena para la parte que invitaba. En cualquier caso, era más barato que comprar una página de publicidad en un "medio de calidad" en lengua alemana. De todos modos, para el periodista era el premio gordo. Y el editor llenó unas cuantas páginas con historias exóticas casi gratis.

¿Por qué he escrito todo esto con tanto detalle y también he mencionado varias veces el nombre de Frankenberger? Porque este antiguo colega, como jefe de política exterior, ahora incluso firma las solicitudes de viajes de negocios de colegas más jóvenes. Y porque es bien sabido lo extremadamente mal que le va a FAZ, las pérdidas que está teniendo la otrora floreciente empresa (oficialmente 8,3 millones en 2013 según anunció la dirección en la reunión de empresa de junio de 2014) y que los empleados no han recibido un aumento salarial desde 2014 (86,7 millones de euros en gastos de personal en 2013). [\(119\)](#) No obstante, le advierto a él y a otros antiguos colegas que no firmen solicitudes de invitaciones para viajes de negocios que parecen tan tentadoramente baratas a primera vista. Todos sabemos a posteriori lo que resulta de ello y lo que significa

para los lectores que pagan dinero por información y creen que a cambio obtendrán la verdad sin ambages.

Por cierto, hay otra forma discreta de aumentar esto, que he presenciado con bastante frecuencia con periodistas de medios de comunicación en lengua alemana. Llevan a sus esposas o amantes, y a veces a sus hijos, a esos viajes de lujo pagados como algo natural. Se deja claro de antemano que la parte invitante también correrá con todos los gastos. Si sólo el sultán contara a posteriori a quién ha financiado esos viajes, probablemente se podría llenar con ello una nueva serie de televisión escandalosa.

Cómo financian los periodistas sus villas en la Toscana

El truco: con cierto tipo de comportamiento, se puede -independientemente de los nombres y editoriales mencionados hasta ahora- llegar a tener una riqueza considerable como periodista. En realidad, esto no tiene nada que ver con un medio de comunicación en particular, sino con la Agencia Tributaria. El contribuyente alemán apoya financieramente todo esto. No, no me refiero sólo a los créditos de millas, que como periodista viajero frecuente puedes canjear por infinidad de productos, que luego vendes en casas de subastas como E-Bay. Al final, es el empleador u otro financiador del viaje quien lo paga, quien es engañado de esta manera. Pero de ahí no se puede pagar un chalé.

¿Se ha preguntado alguna vez por qué tantos periodistas alfa de nuestros principales medios de comunicación tienen casas en la Toscana, en otras regiones codiciadas de Italia, en el sur de Francia o en España? Hasta ahora, puede que haya adivinado lo básico sobre cómo los periodistas venden su alma al diablo para poder viajar a países exóticos a costa de los demás. Pero aún no conoce toda la verdad. Si encuentras patrocinadores como el sultán rico (y hay bastantes de ellos ahí fuera, detrás de los muros de las agencias de relaciones públicas), entonces la pensión completa de 5 estrellas in situ siempre está incluida en un viaje de periodista de relaciones públicas. Así que no hay que pagar por las comidas. Al contrario: hay menús gourmet hasta la saciedad. Pero existe una tarifa diaria para viajes al extranjero en la legislación fiscal alemana. Y es indecente para el contribuyente reclamar esta tasa a la Agencia Tributaria después de volver a casa si, como periodista, también se le ha atendido completamente en un viaje. He conocido una y otra vez a periodistas en el extranjero que no rechazaron la generosa oferta del fisco. En 2014, por ejemplo, recibieron 48 euros por cada día en Omán, 57 euros por un día en una ciudad estadounidense como Houston o Miami, 64 euros por un día en Noruega, 70 euros por un día en Suecia y hasta 77 euros por un día en Angola, África. Así que el contribuyente patrocina los viajes de los periodistas país por país. En realidad, al periodista le sale gratis el viaje con todo tipo de despreocupaciones, cobra la subvención de la Agencia Tributaria y, además, recibe un honorario o salario de su empleador por el reportaje. Así que en algún momento me enteré de cómo los periodistas alfa más hábiles y sin escrúpulos de los principales medios de comunicación financiaban aparte sus casitas en la Toscana.

Hubo muchos más trucos sin escrúpulos. No puedo olvidar a un reportero y fotógrafo que cobró miles a su empleador de Hamburgo por supuestas "fotos exclusivas", cuyos derechos decía haber adquirido por mucho dinero durante un viaje a Irak en Bagdad. A continuación, facturó al editor un "recibo personal" por gastos en los que en realidad no había incurrido. Desgraciadamente, se trataba de fotos que habían sido distribuidas libremente por la oficina de prensa del dictador iraquí Saddam Hussein en el centro de prensa de Bagdad. Su jefe en Hamburgo se enteró en algún momento, y el reportero tuvo que marcharse. Desde entonces, el hombre ha estado difundiendo la noticia de que fue despedido por "informar de forma demasiado crítica sobre Estados Unidos". Hoy está considerado uno de los periodistas encubiertos más reputados, da conferencias sobre el buen periodismo y comprueba la exactitud de las declaraciones de relaciones públicas en nombre de los medios de comunicación. En resumen, el hombre es hoy el epítome cortejado del "periodismo serio" en el mundo de habla alemana. Un chiste de escalera en la historia del mundo. Y menos mal que la editorial le mostró la tarjeta roja en su momento y ahora guarda un discreto silencio sobre los antecedentes. Volví a visitar al hombre en Hamburgo hace años: no había ni rastro de remordimiento. Realmente no entendía por qué le habían despedido. Me dijo durante la cena en un viejo y pintoresco restaurante de pescado cerca del mercado de pescado de Hamburgo que no se había comportado de forma diferente a sus colegas. Probablemente tenía razón. Pero le habían pillado. En muchos otros casos, los redactores no se dieron cuenta, por ejemplo cuando emitieron recibos por sobornos supuestamente pagados a informadores. Los sobornos pagados por los periodistas eran deducibles de impuestos, por lo que la corrupción también era fomentada por el contribuyente. Esta era la realidad cotidiana. Los periodistas corruptos extendían sus propios recibos y engañaban a la Agencia Tributaria y a sus empleadores.

Pero los viajes pagados, subvencionados por el contribuyente, no eran más que la punta del iceberg. En retrospectiva, los regalos eran verdaderamente corruptos y absolutamente imperdonables. Cuando, por ejemplo, el Consejo de Cooperación del Golfo (Arabia Saudí, Emiratos, Qatar, Omán, Bahrein y Kuwait) se reunía anualmente en un país estrictamente islámico durante el periodo prenavideño, escaso de noticias, los numerosos periodistas occidentales no acudían porque quisieran escapar del malsano asado navideño o del alcohol. Para cada participante que había aguantado hasta el final de las apestosas y aburridas reuniones de varios días y había enviado obedientemente informes desde el centro de prensa (que siempre era más bien un centro de propaganda) para la redacción de origen, había valiosos regalos al final: a veces un Rolex de

oro, a veces estilográficas de oro, a veces un juego de valiosas monedas o lo que el corazón deseara. Los regalos (diferentes cada año, pero siempre los mismos para todos los periodistas en una reunión anual) se colocaban discretamente en la habitación del hotel. O te dejaban recogerlos el último día en el "centro de prensa". Todo el mundo lo sabía. Nadie las rechazaba. En cualquier caso, nunca vi a un colega periodista dejar los regalos. Todos éramos infinitamente corruptos. Así que la próxima vez que lea, oiga o vea un informe de la reunión anual del Consejo de Cooperación del Golfo, sepa que casi con toda seguridad se trata de un informe de relaciones públicas comprado, recogido con gratitud y entusiasmo por nuestros medios de comunicación en tiempos de escasez de noticias para llenar espacios de emisión o páginas a coste cero. Y no lo olviden: en el centro de propaganda, perdón, de prensa del país árabe, hay bufé las veinticuatro horas del día. Así que la comida no cuesta nada a los periodistas. Pero por cada día en Arabia Saudí, los periodistas reclamarán otros 48 euros al contribuyente alemán, por cada día en los Emiratos 42 euros, por Omán 48, por Baréin 36, por Kuwait 42 y por Qatar 56 euros. Y a cambio, los telespectadores, lectores u oyentes de habla alemana reciben un cúmulo de reportajes comprados. Esto es pura burla. Es la burla a los ciudadanos.

Bien lubricado:

El sistema de dudosa reputación de los premios de periodismo

Y no sólo eso. Porque los periodistas también son recompensados por sus reportajes: mediante "premios de periodismo". La mejor manera de explicar este sistema de dudosa reputación es la concesión de premios a nuestros productos alimenticios. Seguro que conoce los sellos de calidad de oro, plata o bronce de la DLG en los productos alimenticios, de los que puede pensar lo que quiera. Sólo debería conocer el fondo real: Alrededor de 27.000 de ellos son "probados" cada año por la Sociedad Alemana de Agricultura, una organización de la industria alimentaria, por ejemplo según su aspecto, olor y sabor. Las pruebas químicas o microbiológicas sólo se realizan en casos excepcionales. Y todo lo que "no se desvía de las expectativas de calidad" recibe la máxima calificación, es decir, un sello dorado de calidad. (120). El procedimiento de prueba no dice mucho sobre los ingredientes y la calidad real. (121) El consumidor se da cuenta de lo que vale un sello de calidad de la DLG cuando se hacen públicos escándalos relacionados con alimentos premiados por la DLG. Por ejemplo, el escándalo higiénico de la panadería Müller-Brot, donde se encontraron excrementos de ratón y parásitos en ingredientes y máquinas de panadería (122), y los productos tenían el sello de calidad de la DLG. (123). El sello de la DLG es probablemente uno de los galardones más cuestionados en el mundo germanohablante. Esto se debe a que los alimentos que obtienen su sabor de la adición de aromas artificiales también reciben el sello de aprobación. Esto incluye, por ejemplo, el yogur cremoso de fresa de Zott. El color del yogur no se consigue sólo con fresas, sino añadiendo remolacha. La defensora del consumidor Silke Schwartau lo considera increíble: "No puede ser que un producto con sabor artificial siga siendo premiado por su buen sabor. (124). Pero los sabores artificiales y los aditivos no interesaron a los catadores de la DLG en el pasado. Incluso las gominolas Haribo, que también contienen aditivos (como E903 y cera de carnauba), fueron premiadas por la DLG. Otro ejemplo: los panecillos "Meister Krüstchen" de "Harry", premiados con oro por la DLG. La Stiftung Warentest sólo concedió a los mismos rollos la calificación de "deficiente". La razón dada por Stiftung Warentest: Los panecillos tenían un sabor "viejo, insípido, sólo ligeramente aromático ...". . La DLG no pudo explicar estas graves diferencias en

los resultados de las pruebas. Todo esto sólo se puede entender si se conoce el funcionamiento del sistema: La DLG es una organización de grupos de presión de la industria agrícola y alimentaria. No es en absoluto una organización de protección de los consumidores. La asociación cuenta con más de 20.000 miembros y se financia mediante ingresos por servicios. Y esto incluye los sellos de calidad de la DLG concedidos masivamente. Casi todos los productos "probados" -hasta más del 90%- reciben un "sello de calidad" de este tipo. Y para poder utilizarlo, hay que pagar una licencia. Y exactamente este sistema de dudosa reputación existe también para los "premios a periodistas".

¿Cree usted que los lectores de periódicos, los oyentes de radio o los telespectadores -consumidores neutrales- deciden quién recibe un premio periodístico? No, el sistema simplemente se premia a sí mismo, como el sello de calidad de la DLG. Los periodistas de los grupos mediáticos casi siempre se sientan en los comités de quienes deciden la concesión de los premios de periodismo, y luego "conceden" los premios a los periodistas. No se trata de imparcialidad, independencia y veracidad, sino, como en el caso del premio de la DLG, de calidad media y medidas de promoción de ventas. Al igual que los alimentos con aditivos artificiales reciben sellos dorados de calidad, los periodistas que ofrecen una calidad media y se comportan de forma políticamente correcta, cortejando a las élites, reciben (supuestamente) prestigiosos premios de los medios de comunicación como agradecimiento. En muchos casos, el sistema es puro engaño al consumidor con respecto a los periodistas. Pues las empresas mediáticas -los periódicos, por ejemplo- anuncian entonces en los datos biográficos de sus periodistas premios que a menudo han financiado y concedido ellas mismas. Los periodistas así galardonados mantienen la boca cerrada. Al fin y al cabo, también reciben "dinero del premio". A menudo, el premio está dotado con miles de euros. He asistido a menudo a esas ceremonias de entrega de premios. Cuando las organizaciones afiliadas a un partido concedían premios a periodistas de medios de comunicación que, en última instancia, pertenecían a su propio partido a través de una enrevesada red corporativa, el engaño al consumidor estaba al alcance hasta de la persona más estúpida. Pero uno seguía el sistema. Uno era corrupto. No hay más que ver cuántas empresas financian hoy los premios de periodismo. ¿Cree que las empresas quieren promover reportajes críticos con ellas y sus productos?

Es un sistema bien engrasado, y algunos consumidores siguen creyendo en el sistema del periodismo "independiente". La verdad es que cuando los grupos de

reflexión y las fundaciones germano-estadounidenses conceden premios a un periodismo supuestamente sobresaliente, están premiando a quienes han difundido sus propios puntos de vista de forma especialmente positiva entre la gente desprevenida de ahí fuera. Ahí lo tenemos de nuevo, la cercanía de nuestros periodistas alfa a las élites. Porque los periodistas alfa, muchos de los cuales conoceremos en este libro, aceptan de buen grado esos premios y disfrutan haciéndolo. Lo sé muy bien. Al fin y al cabo, yo mismo participé en la decisión de tales premios y estoy hablando aquí de lo que no debería hacerse público a cualquier precio.

Un ejemplo típico de la devaluación de los premios de periodismo es el Premio Hanns Joachim Friedrichs, antaño un galardón muy reconocido para los periodistas. Hoy es un premio para propagandistas. El científico Jens Berger lo llama el "Oscar de los manipuladores" y escribió sobre él en el verano de 2014:

Favorecidos por un estatuto probablemente único, los "yes-men", los acrílicos, los manipuladores, los propagandistas, los periodistas de carrera, que no se sienten obligados a la verdad y a la veracidad, sino a sus clientes, a sus redactores jefe y, en última instancia, a sus carreras, se reúnen cada vez más. Los estatutos establecen en el § 3 Admisión de miembros: (2) A través de la asociación se ofrecerá a los galardonados la pertenencia a un consejo asesor (§ 8). El consejo asesor no tiene derecho a voto. (3) Si uno de los miembros de la asociación dimite por renuncia, exclusión o fallecimiento, le sucederá como nuevo miembro de la asociación un miembro del consejo asesor, por el orden de los galardonados nombrados. Si más de una persona ha recibido un premio en un año determinado, todos estos galardonados ascenderán como miembros de la Asociación. En otras palabras, cada galardonado se convierte automáticamente en miembro del consejo asesor y, tarde o temprano, también automáticamente, asciende a miembro. Todos los miembros, a su vez, son también miembros del jurado de la ceremonia de entrega de premios. En otras palabras, los miembros del jurado deciden quién se convertirá tarde o temprano en miembro del jurado. A nadie se le escapa que personas como Thomas Roth, Frank Plasberg o Anne Will no seleccionan precisamente a periodistas de investigación para el premio. Mientras tanto, los que han ascendido tienen mayoría en la asociación y en el jurado. La proporción entre miembros fundadores y ascendentes es ahora de doce a catorce. Sólo así puede recibir el premio este año una periodista como Golineh Atai, cuyo trabajo es tan diametralmente opuesto al principio de la fundación: "Se puede reconocer a un buen periodista por el hecho de que no se hace común a una causa, ni siquiera a una buena causa".

Hay, por cierto, premios de periodismo en los que uno no puede más que sacudir la cabeza. Uno de ellos es el "Liberty Award", que concede cada año desde 2007 el fabricante de cigarrillos Reemtsma a "periodistas valientes que dan voz a la lucha diaria por la libertad". No se puede ser más cínico. Una empresa cuyos productos hacen a la gente dependiente y, por tanto, no libre, concede un premio a la lucha por la libertad. 15.000 euros en premios y una pomposa gala valen para la empresa esta burla a las víctimas del humo del tabaco. El periodista Hans Leyendecker dijo sobre el intento de acogerle: "Cuando llegó la oferta, lo tuve claro: no me nominarán. En general, un periodista tiene que saber adónde va, quién le va a invitar, quién le va a pagar. No importa si se trata de un premio, un discurso o una presentación. A un periodista no se le puede comprar, un periodista no va a esos actos". Otros no tuvieron ningún problema en aceptar el premio de la industria tabaquera, como el periodista de ARD Thomas Roth (2009) y el reportero de FAZ Konrad Schuller (2012).

El jurado incluirá entonces a personas como el periodista de Zeit Theo Sommer (126), que después de todo es un evasor de impuestos convicto y por esta sola razón ciertamente no es un modelo a seguir para los ciudadanos respetables (un predicador moral con antecedentes penales (127)), a quien también encontraremos en relación con organizaciones controvertidas como el Puente Atlántico, los Bilderbergers, la Comisión Trilateral y el Consejo Alemán de Relaciones Exteriores. Este Theo Sommer es, según los estudiosos, un experto en informes positivos sobre operaciones bélicas y sus consecuencias. En su libro "Meinungsmacht" (El poder de la opinión), el periodista mediático Uwe Krüger describe un ejemplo de cómo -desde su punto de vista- se doblegan los resultados de investigaciones periodísticas que no son bien recibidas porque no son deseadas por los políticos, como los efectos nocivos de las municiones de uranio utilizadas por la OTAN en las guerras de los Balcanes. Cuando, a principios de 2001, los primeros informes al respecto pusieron a la defensiva al entonces ministro de Defensa Rudolf Scharping (SPD), éste reaccionó como les gusta hacer a los políticos en situaciones delicadas: creó una comisión de expertos para examinar las acusaciones. Puso al mencionado Theo Sommer, antiguo director de Die Zeit, al frente de la comisión. El hombre gozaba de la confianza del ministro porque en su primera vida había dirigido un equipo de planificación en la Hardthöhe y más tarde había sido miembro de la Comisión de Estructuras de Defensa del Gobierno Federal. Medio año más tarde, la comisión dirigida por Theo Sommer dio el visto bueno: la munición de uranio fue clasificada como inofensiva y en tiempos de Theo Alarmist" . (128) De este

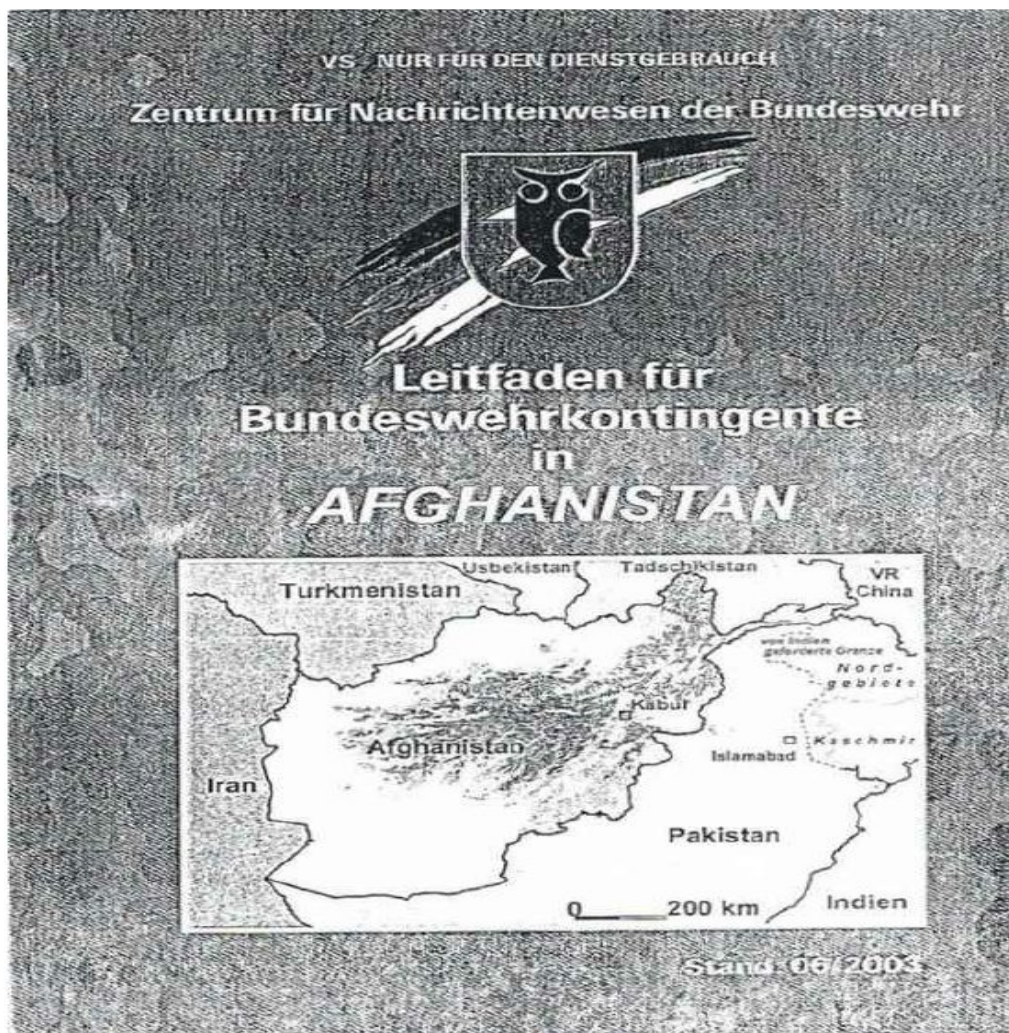
modo, el asunto quedó zanjado y, según Uwe Krüger, Theo Sommer recibió de manos de Scharping la Cruz de Honor en Oro de la Bundeswehr. (129) Theo Sommer abrevia la historia en su página de inicio y escribe allí bajo el epígrafe "Premios" únicamente: "Cruz de Honor de la Bundeswehr de Oro 2002". (130)

Vergonzoso: en 2014, los diputados del Bundestag Ulla Jelpke, Christine Buchholz y Jan van Aken presentaron una Pequeña Pregunta al Gobierno Federal (Drucksache 18/2307) en la que afirmaban que el Ministerio de Defensa había advertido contra el contacto físico con polvo de suelo contaminado con uranio en una carta dirigida al Bundeswehr el 21 de julio de 1999 en relación con la misión de Kosovo. La carta de la Bundeswehr de 1999 señalaba que "debido a los efectos radiológicos y tóxicos, debe evitarse la absorción de partículas de uranio empobrecido en el cuerpo llevando una máscara antipolvo y lavándose las manos antes de comer". Además, al subir a un vehículo militar, "debe eliminarse el polvo de tierra de la ropa y el equipo de protección, y debe lavarse el calzado". Así que el amigo de Scharping, Theo Sommer, lavó algo que la Bundeswehr llevaba advirtiendo internamente desde 1999.

Por cierto, además de Theo Sommer y 13 militares, otro periodista alfa se sentó en la "Comisión de Trabajo Dr. Sommer": Nikolas Busse, del Frankfurter Allgemeine Zeitung. Primero fue corresponsal de la OTAN para el FAZ, y luego redactor jefe adjunto de política exterior para el FAZ. Volveremos sobre él en relación con las controvertidas redes transatlánticas, en las que Busse llegó a prometer lealtad a EE.UU. antes de la guerra de Irak en 2003, lo que era contrario al derecho internacional (véase el capítulo " Los nombres: contactos controvertidos").

El martillo: Aunque la munición de uranio fue considerada oficialmente como supuestamente inofensiva con el visto bueno de la "Comisión de Trabajo Dr. Sommer", la Bundeswehr elaboró otra directiva interna incluso después del informe de la "Comisión de Trabajo Dr. Sommer" en 2003, advirtiendo del peligro de la munición y señalando medidas de protección. El documento clasificado de la Bundeswehr "Peligro de las municiones de uranio empobrecido" (página 25) menciona los daños radiológicos que puede causar el uso de municiones incendiarias perforantes con núcleos de uranio empobrecido durante la Operación Libertad Duradera (por aviones de guerra estadounidenses). Se aconseja a los soldados que lleven ropa de protección NBQ, que no toquen la munición, que lleven dosímetros de película, que informen inmediatamente y que llamen inmediatamente al médico de tropa. (131) En lenguaje llano, esto significa que los soldados que han resultado heridos por la munición mencionada ya no pueden esperar recibir una compensación económica por los daños

causados a su salud desde la "Comisión de Trabajo Dr. Sommer". Sin embargo, al mismo tiempo, la Bundeswehr advierte internamente de los peligros de la munición. Una situación absurda. La situación en Gran Bretaña es completamente diferente: en 2004, un tribunal confirmó oficialmente por primera vez a un veterano de guerra británico que sus enfermedades y deformidades se debían a la munición de uranio.



Copia de un documento secreto interno de la Bundeswehr sobre el peligro del uranio empobrecido. La clasificación como "VS - NUR FÜR DEN DIENSTGEBRAUCH" significa que personas no autorizadas (es decir, usted como lector) pueden tener conocimiento de su contenido, lo que puede ser perjudicial para los intereses de la República Federal de Alemania.

Theo Sommer, que, desde el punto de vista descrito anteriormente [\(132\)](#), limpiaba munición de uranio para el Ministerio de Defensa en los medios de comunicación, ahora selecciona a los periodistas adecuados para los premios de la industria tabaquera. [\(133\)](#)

Pero no queremos detenernos aquí en premios periodísticos más que controvertidos, en los que se encuentra una élite muy concreta.

Sólo un apunte más: la apropiación del concepto de libertad para el lobby del tabaco no es un invento nuevo del Grupo Reemtsma. LobbyControl, una iniciativa a favor de la transparencia y la democracia, explica: "En los países anglosajones, la industria tabaquera incluso ha apoyado deliberadamente o ha ayudado a crear organizaciones que llevan la libertad en su nombre y han suscitado la oposición a las prohibiciones de fumar y a las prohibiciones en general. Por ejemplo, el Center for Consumer Freedom (EE.UU., véase SourceWatch) o la Freedom Organisation for the Right to Enjoy Smoking Tobacco (FOREST) en Inglaterra. Esta organización obtiene más del 90% de su financiación de la industria tabaquera, según Action on Smoking and Health".

1.3.3 Gefährdung durch DU-Munition¹

Bei der Operation "Enduring Freedom" zur Unterstützung der Nordallianz gegen das Taliban-Regime wurde durch US-Kampfflugzeuge u.a. auch panzerbrechende Brandmunition mit DU-Kern eingesetzt.

Beim Einsatz dieser Munition gegen Hartziele (z.B. Pz, Kfz) entzündet sich das Uran auf Grund seiner pyrophoren Wirkung. Bei der Verbrennung entstehen besonders an und in den Zielen sesshafte toxische Stäube, die jederzeit aufgewirbelt werden können.

DU-Munition kann deshalb bei ungeschütztem Personal toxische und radiologische Schädigungen hervorrufen:

- + Gefahr einer Schwormetallvergiftung
- + Gefahr durch sehr schwachen radioaktiven Strahler

Bei Verdacht des Einsatzes dieser Munition (ausgebrannte Kfz, Pz abgebrannte Klappen, typische Einschüsse von 30 mm Munition) ist im Umfeld der Munitionswirkung ABC-Schutzkleidung (Overgarment) und ABC-Maske zu tragen, bis durch die ABC/Se-Truppe eine Gefährdung ausgeschlossen werden kann.

Schutzmaßnahmen :

- Keine unnötige Berührung von Munition, Munitionsteilen und sonstigem potentiell kontaminiertem Material
- Überprüfen auf mögliche Verstrahlung durch ABC-AbwTrp
- Ausgabe von Filmdosimetern
- Anlegen der ABC-Schutzmaske
- Abdichten der Bekleidung bzw. Anlegen der pers. ABC- Schutzbekleidung
- Dokumentation des jeweiligen Einsatzes bzw. Kontaktes zu DU-kontaminiertem Gerät (wer, wo, wann, womit, wie lange, Dosis)
- Unverzügliche Meldung mit Vorlage der Dosimeter
- Einschalten des zuständigen Truppenarztes



¹ Depleted uranium = abgereichertes Uran

No hay que olvidarlo: La publicidad del tabaco en los medios impresos está prohibida desde principios de 2007. La prohibición de publicidad de la Directiva 2003/33/CE de la UE también abarca la publicidad de imagen de la industria tabaquera, como confirmó el Tribunal Regional Superior de Hamburgo en dos sentencias dictadas en agosto de 2009. Según la Comisión de la UE, cualquier forma de publicidad de imagen de las empresas tabaqueras entra dentro de la prohibición de publicidad del tabaco. En su informe de mayo de 2008, la Comisión describe cualquier trabajo de relaciones públicas que presente a los fabricantes de tabaco como "responsables" como "un medio para comercializar la imagen y los productos de la empresa". Pero informar sobre las ceremonias de entrega de premios de la industria tabaquera no está cubierto por la prohibición de publicidad de la UE de 2007. Y ahora viene la pregunta interesante: ¿desde cuándo existe el "Premio Reemtsma a la Libertad" para "periodistas valientes"? Lo ha adivinado: desde 2007. ¿De acuerdo?

Ahora ya sabes cómo utilizan las tabacaleras los premios a periodistas para asegurarse unas buenas relaciones públicas. Y ya que estoy a punto de quitarles todas las ilusiones sobre un mundo decente ahí fuera, también me gustaría señalar cómo las tabacaleras sobornan a nuestros partidos políticos. Porque nuestros partidos reciben donaciones que no son reconocibles como donaciones a nosotros, los ciudadanos. Los medios de comunicación de los partidos están sobornados. Todos los partidos tienen revistas de afiliados. La Junge Union de la CDU tiene la revista Entscheidung, la CDU tiene la Union Magazin - y el SPD tiene toda una panzada de periódicos (ver el capítulo sobre esto en este libro). Las tabacaleras pagan precios de lujo por anunciarse en las revistas de los partidos y así patrocinan a los partidos. Y alquilan stands en todos los congresos estatales y nacionales de los partidos. Sólo el alquiler de los stands aporta cada año a las arcas del partido una media de un millón de euros en dinero de patrocinio oculto. (134) Y los ciudadanos no tienen ni idea de cómo se soborna a los partidos. Evidentemente, no hay mucha diferencia entre la información comprada y complaciente y el desprestigio de los políticos.

Entrevistas de cortesía, viajes de relaciones públicas y fraude fiscal

Echando la vista atrás, resultaba especialmente macabro cuando mis viajes a zonas de guerra eran financiados por un partido de guerra o sus partidarios. Muchos de estos viajes no habrían tenido lugar sin este "apoyo", porque no habría recibido visado de entrada ni protección. Visto sobriamente, eran viajes puramente de relaciones públicas para los partidos en guerra. La mayoría de las invitaciones se enviaban a mis superiores, que las distribuían a los redactores y firmaban las solicitudes de viaje. En esos viajes, la proximidad al poder, es decir, a quienes decidían sobre la vida y la muerte de las personas, resultaba en cierto modo fascinante.

No recuerdo cuántas entrevistas de cortesía hice a jefes de Estado de Oriente Medio o África o a sus ministros durante esos viajes. Sólo sé que dos tercios de las declaraciones de estas personas supuestamente tan importantes eran mentiras y patrañas, pero eran las que deseaban in situ la embajada alemana o los representantes de las empresas que tenían intereses comerciales allí. Y el FAZ lo publicó con avidez. En Jartum, la capital de Sudán, la cosa iba mal. Al sur de la capital, en la confluencia de los Nilos Azul y Blanco, en Omdurman, el Mossad israelí había alquilado una propiedad disfrazada de "granja agrícola". El grupo de Bin Laden, que más tarde se hizo mundialmente famoso, había vivido en la propiedad vecina. A petición de la embajada alemana, yo debía escribir un artículo descriptivo en el FAZ sobre (el israelí) Ronny S., que vendía leche de vacas alemanas ordeñadas en establos climatizados a una pequeña élite dirigente de Sudán. Lo que no debía escribir: A través de la leche, el hombre del Mossad Ronny S. tuvo acceso a élites en Sudán que de otro modo le habrían estado vedadas. Y se sentaba justo al lado de Bin Laden y podía observarlo todo en la propiedad vecina a través de una pequeña torre de observación en la "propiedad agrícola". Escribí en el FAZ, a petición de la embajada alemana, sobre la leche de las felices vacas alemanas en el Nilo y omití parte de la realidad. Como tantas veces. A mis superiores del FAZ siempre les gustó que colaborara estrechamente con la respectiva embajada alemana en este tipo de viajes.

En Irán era aún peor. La embajada alemana en Teherán quería promover constantemente el comercio germano-iraní. Y como los mulás de Irán son los dueños de las mayores empresas, la embajada me instaba en cada visita a hacer entrevistas de cortesía con el ministro de Asuntos Exteriores, algún ayatolá u otros dignatarios iraníes, o al menos a mencionarlos en un artículo. Si los iraníes

tenían más interés en esas entrevistas, también pagaban los viajes (como ya he descrito desde Omán). Hablando claro: el FAZ se dejó invitar e imprimió entrevistas de cortesía. Los archivos del FAZ están llenos de esas entrevistas de cortesía, que se suponía que yo debía hacer. Así fue de Afganistán a Argelia y de Sudáfrica al Cuerno de África. Como reportero de un diario alemán de renombre, la Embajada alemana siempre estaba en segundo plano.

Por supuesto, uno estaba influenciado desde allí. Sobre todo con las historias que uno no debe escribir con veracidad. Recuerdo espontáneamente una cena con diplomáticos alemanes en Bagdad. No recuerdo si fue en casa del embajador o de otro alto diplomático. De la propiedad vecina llegaban unas voces horribles, unos lamentos desgarradores. Quise saber de qué se trataba y me enteré de que detrás del muro de la propiedad vecina vivía un diplomático asiático al que le gustaba comer perros y a veces los hacía sacrificar vivos lentamente detrás del muro que había entre las propiedades. Primero les cortaban las patas vivas, luego la cola y la cabeza. Supuestamente la carne sabía mejor entonces debido a la agonía, al menos eso creían los asiáticos. Los diplomáticos alemanes me rogaron que no mencionara esto en mis informes desde Bagdad. Podría dañar las relaciones con el país. ¿Mirar hacia otro lado cuando se trata cruelmente a los animales? Fue horrible.

Lo mismo ocurría cuando acompañabas a los políticos alemanes en sus viajes al extranjero. Había carpetas con reglas lingüísticas para todas las situaciones imaginables. Si eras perezoso, lo único que tenías que hacer era copiar frases preformuladas y repasarlas con algunas impresiones atmosféricas. Y todos contentos. Esto no tenía nada que ver con el periodismo honesto. Más bien se trataba de tomarle el pelo a la gente. Y por ello se ofrecía a los periodistas la posibilidad de ganar premios.

No importa si trabajé durante 17 años en el FAZ en mi vida anterior o después como corresponsal para Gruner + Jahr, para la agencia de noticias ddp, para la editorial Axel Springer, para cadenas de televisión y muchas otras empresas mediáticas de renombre: a menudo he experimentado la misma mentalidad por parte del nivel directivo: sólo los demás son siempre corruptos e indecentes. En medio, una vez más: admitir mis errores no mejora las cosas. Pero una generación más joven quizá podría aprender de estos errores.

Así, por ejemplo, acompañé al antiguo jefe del BND, Klaus Kinkel, en su función entonces de Ministro de Asuntos Exteriores, en un pequeño jet de lujo del gobierno alemán, sólo que junto con un colega de la Agencia Alemana de Prensa, y orgulloso interiormente de esta cercanía, luego informé positivamente

sobre ello. También hice estos reportajes con Helmut Kohl y muchos otros políticos. Mirando hacia atrás, me avergüenzo y me disculpo por ello. No puedo deshacerlo. Pero puedo reconocerlo con la cara.

Si hubiera visitado al actor Karlheinz Böhm (el emperador Francisco José de las películas de "Sissi") en África en presencia de un alto político alemán, por ejemplo, habría tenido que escribir sinceramente que Böhm y sus proyectos de ayuda sólo eran un "truco de relaciones públicas" desde el punto de vista de los alemanes que lo visitaban. A los visitantes sólo les interesaba una foto de grupo con ellos y el respetado actor, rodeados de niños negros. Una vez hechas las fotos, Karlheinz Böhm y los niños africanos carecían por completo de importancia. No era más que un extra para los visitantes, como tantos otros. Como tantas otras cosas, no lo describí con veracidad. Como tantas otras veces, estaba corrompido por mi proximidad al poder. Sobre todo, ¿hasta qué punto era honesto volar cómodamente en un helicóptero con aire acondicionado desde un hotel de cinco estrellas en la capital etíope, Addis Abeba, hasta las calurosas tierras altas, entrevistar brevemente a Böhm sobre la pobreza y luego escribir un artículo sobre la pobreza en Etiopía en un lujoso bufé en el hotel de cinco estrellas con aire acondicionado mientras la gente se moría de hambre alrededor? Cuando viajaba con presidentes, cancilleres o ministros, no me controlaban en las fronteras. Cuando llegamos a la parte militar del aeropuerto de Colonia/Bonn, la aduana también miró para otro lado. Todos lo sabíamos, incluso lo esperábamos. Y muchos se aprovecharon de ello. También políticos, también ministros. La gente de ahí fuera ha visto esta forma de pensar, por ejemplo en el "asunto de la alfombra" de un ministro. [\(135\)](#)

A muchos, demasiados, les pareció normal no declarar los artículos de lujo que se traían de los viajes o hacer que se los volvieran a entregar discretamente a bordo de otros aviones gubernamentales. Recuerdo a un colega de un periódico de gran tirada que incluso se trajo una Harley Davidson completa de segunda mano en piezas de un viaje de negocios con las Fuerzas Aéreas Federales desde EE.UU. Luego vendió aquí las piezas y obtuvo un beneficio de varios miles de euros. Luego vendió las piezas aquí y obtuvo un beneficio de varios miles. Esto se llama evasión fiscal. Y el contribuyente alemán había financiado los gastos de transporte a través de las Fuerzas Aéreas alemanas. Muchos de nosotros éramos delincuentes. Lo malo: El conocimiento de esto creó un vínculo invisible entre políticos y periodistas.

Un periodista describe retrospectivamente en su blog lo que uno hacía cuando viajaba con un alto político alemán y sabiendo que uno no estaba controlado durante esos viajes con, por ejemplo, cancilleres alemanes:

El peruano también nos dio un consejo sobre dónde podíamos comprar objetos funerarios de la cultura inca. Según el arqueólogo, procedían del saqueo de tumbas y eran muy valiosos. Un colega y yo fuimos a una casa en las afueras de la ciudad y compramos (prohibido) un tocado (250 dólares) y un trozo de mortaja. La exportación fue fácil porque el equipaje de los acompañantes del canciller no fue revisado.[\(136\)](#)

Todo eso fue hace mucho más de una década. Pero puedo citar los nombres de muchos colegas que todavía hoy se comportan así. No les culpo. Al fin y al cabo, yo mismo participé en ese sistema podrido. Pero quizá pueda hacerles reflexionar y animarles a arrepentirse. Tal vez nunca lo admitan abiertamente, así que lo diré con toda claridad aquí: la orientación de los comentarios o informes está sin duda influida por el estrecho contacto con las élites, tal como se describe aquí. Esto no tiene nada que ver con el periodismo independiente y no partidista.

Otro ejemplo: Cuando el ex canciller federal Helmut Kohl visitó a los entonces redactores políticos Johann Georg Reißmüller y Fritz Ullrich Fack en la redacción del FAZ de Fráncfort para mantener una conversación íntima, los redactores nos sentimos orgullosos de tener en casa a un "invitado tan distinguido". A los periodistas nunca se nos ocurrió que la proximidad también puede corromper. Al contrario, queríamos que las élites se fijaran en nosotros en el futuro. Algunos, como Frankenberger, de FAZ, lo han conseguido, pero ¿a qué precio? Ya hablaremos de ello con más detalle.

El ex redactor jefe y consultor de medios Michael Spreng escribe sobre Kohl y su relación con los periodistas:

Se sabe que Helmut Kohl sólo conocía a dos tipos de personas: los que estaban a su favor y los que estaban en su contra. También dividía así a los periodistas. Su relación con la libertad de prensa era puramente instrumental: un buen periodista era el que se dejaba instrumentalizar por él. Los que, como yo, sentían cierta simpatía por él, se convirtieron rápidamente en "kohlianos" que debían seguirle incondicionalmente.[\(137\)](#)

No lo habría creído entonces, cuando Kohl vino a nuestra redacción y visitó a Reißmüller y Fack. Pero probablemente fue así. Desde el punto de vista de Kohl, los jefes del FAZ, Fack y Reißmüller, probablemente fueron instrumentalizados para sus objetivos. Y hoy otros son instrumentalizados por otros políticos - y quizás ni siquiera se dan cuenta o no quieren admitirlo.

Por cierto, personas como los citados redactores del FAZ nos han dictado en parte nuestro pensamiento a los redactores de periódicos. A través del lenguaje que debemos utilizar. Nunca olvidaré cómo el redactor político Johann Georg Reißmüller irrumpió en la redacción con un texto impreso y gritó: "¿Quién ha editado esto? En algún lugar del texto ponía "sinti y romaníes". Y Reißmüller dijo en voz alta, clara e inequívocamente: "¡Son gitanos! Recuerden eso: ¡Gitanos!" Los redactores políticos del FAZ no debemos escribir "sinti y romaníes". Eso fue al principio de mi formación como periodista. El colega profesor Reinhard Olt, germanista, y yo nos miramos durante mucho tiempo en la redacción del FAZ. "Gitanos" - algo así se te queda grabado en la mente. El pensamiento se guía por determinados caminos. Así es como te forma el lenguaje, incluso de joven, en la educación.

Ahora bien, hasta aquí he informado demasiado sobre el Frankfurter Allgemeine Zeitung, dando posiblemente la impresión errónea de que todo esto era típico sólo del FAZ y allí también sólo de la redacción política, al menos durante mi tiempo activo. Pero eso no es precisamente cierto. Y por eso esto no es un ataque al FAZ, sino una sugerencia a todas las empresas de medios de comunicación para que pongan orden en su propia casa. En el FAZ, hay que mencionarlo aquí, en mi época los reportajes "sobornados" no eran en ninguna parte tan claramente reconocibles como en el folletín. Al menos la sección de turismo y viajes, que formaba parte de la sección de reportajes, siempre tenía un montón de invitaciones a viajes (de lujo) financiados externamente a países lejanos que era casi imposible seguir. Viajes gratuitos en los que los patrocinadores que pagaban esperaban sin duda cierto contenido en los temas, es decir, las consiguientes relaciones públicas. La financiación de un viaje por parte del objeto directo del reportaje, por ejemplo una aerolínea o una empresa turística, no nos estaba vedada a los redactores. Más bien, esos viajes se distribuían activamente entre nosotros. Y a menudo no señalábamos en los artículos que surgían quién había financiado los viajes. Pero eso también, que yo recuerde, era perfectamente "normal" en otras empresas de medios de comunicación. En julio de 1987, cuando llevaba menos de un año en el FAZ, éste publicó un largo reportaje mío bajo el titular "A la sombra del árbol Qat". La compañía aérea yemení Yemenia lo había invitado y financiado. Era un reportaje puramente de relaciones públicas.

La invitación llegó a través de la sección de viajes del folletín. Y los yemeníes estaban tan entusiasmados con mi reportaje de relaciones públicas en la redacción que me preguntaron qué me gustaría, aparte de la posibilidad de tener unas vacaciones gratis en Yemen en el futuro. Más en broma, les dije que nunca

había comido gambas gigantes a la parrilla tan buenas como en la pequeña ciudad de Mocha, en Yemen (el café Mocha también lleva el nombre de esta ciudad). Unos días después, nos trajeron por avión a la redacción de FAZ una caja de gambas asadas unas horas antes en Yemen. Mis colegas cogieron este "Molle" (como lo llamaban en la redacción) como algo natural y lo encontraron completamente "normal". Ni siquiera se les ocurrió pensar en cuestiones éticas y morales.

En el folletín del FAZ también había un banco de libros con los que se enviaban a la editorial ejemplares no solicitados para su reseña. Y cuantos más ejemplares de reseña de una editorial recibía positivamente el periódico, más publicaciones nuevas enviaba la editorial al folletín. A veces llevaba una caja llena de libros nuevos del folletín al mostrador de política para el autoservicio de mis colegas. Allí no había nadie que lo encontrara ofensivo. Los libros nuevos de los editores del FAZ también se mencionaban editorialmente en el FAZ como algo normal. Recuerdo mi primer bestseller publicado por una editorial del FAZ, Verschlussache BND, que los editores del FAZ promocionaron como algo natural en una rueda de prensa en las instalaciones del FAZ.

Aún recuerdo que la Oficina Federal de Policía Criminal me clasificó como "en riesgo de atentado" durante varios años por mis críticas a la ideología islámica. Probablemente fui el único periodista alemán que acudió legalmente a la conferencia editorial del FAZ con un arma de fuego real atada a la cintura. El fabricante de automóviles BMW me proporcionó una limusina blindada con televisor y todos los lujos durante muchos meses sin cobrar por ello. La FAZ no sólo lo sabía. También se me permitió cargar a FAZ todos los gastos corrientes del vehículo. Porque la FAZ estaba encantada de que mi coche de empresa no se cobrara por kilómetros. Todas estas cosas, de alguna manera, se daban por supuestas.

En resumen, probablemente siempre se trató de una cosa: no, no de informar verazmente. Se trataba de dinero y beneficios personales. La gente perseguía objetivos.

Compañeros de borrachera:

El trabajo sucio de los periodistas

Puedo describir hasta el segundo en que yo personalmente dejé de hacerlo y me disgusté abruptamente conmigo mismo. Fue aquel día en que llamé al abogado penalista de Fráncfort Hans Wolfgang Euler y le pedí consejo porque uno de los políticos alemanes más conocidos de la CDU quería darme la orden de espiar al entonces primer ministro del SPD de Renania-Palatinado, Kurt Beck, en presencia de testigos en su estudio. Uno de estos testigos era un antiguo director gerente de la CDU de Renania. Este hombre ha sufrido mucho por la CDU y ha mantenido la boca cerrada sobre muchas cosas durante mucho tiempo. Que decida ahora si quiere nombrar públicamente a quienes están detrás de él. Mantengo mi oferta de declarar con él en público o ante un tribunal en cualquier momento. El conocido directivo de la CDU no era -como ya he dicho- el cliente, pero se sentó como testigo cuando, en un primer paso, un conocido político de la CDU me ofreció 5.000 euros para espiar la vida conyugal de la esposa de Kurt Beck, disfrazado de periodista. Para proteger a la familia Beck, no quiero ni daré detalles aquí, pero diré lo siguiente: la CDU ya tenía los extractos bancarios de la familia Beck. Supuestamente, un empleado del banco con estrechos vínculos con la CDU ya estaba a bordo.

Obviamente, el primer ministro no podía hacer casi nada sin el conocimiento de la CDU. Excepto un detalle de la vida privada de la familia. Y yo debía documentarlo. El político sentado frente a mí, que tenía más que pocos escrúpulos, era al fin y al cabo miembro de una conocida comisión de la CDU. Escuché sus deseos durante unas dos horas y me quedé interiormente agitado y callado al respecto. Fueron esos minutos en los que me pregunté lo bajo que debía de haber caído para que un político supusiera que yo haría el trabajo sucio para él y su partido a cambio de un pago encubierto (disfrazado de honorarios por una conferencia). Acepté la oferta en el parlamento de Maguncia e inmediatamente llamé al abogado penalista Hans Wolfgang Euler desde el coche aquel caluroso día. Él concertó una cita con el director de la oficina de Kurt Beck. Y descubrimos que ya conocían los encargos. Porque yo no era el único periodista que la CDU había enviado tras Kurt Beck. Nada de esto habría ocurrido si yo, como periodista, no hubiera tenido esta pegajosa cercanía con muchos políticos. Esta perfidia se esperaba de mí como algo normal.

A cambio, yo tenía muchas ventajas en aquella época: Entraba y salía de la casa de vacaciones de Konrad Adenauer, una villa con piscina y parque en Cadenabbia, a orillas del lago Como, en Italia. Villa La Collina pertenecía (y sigue perteneciendo) a la Fundación Konrad Adenauer, afiliada a la CDU, con la que yo estaba entrelazado. (138) Y allí conocí una y otra vez a los líderes de la política alemana. Por ejemplo, en aquellos años fui miembro del equipo de planificación de la Fundación Adenauer. Y la CDU me proporcionó contratos bien remunerados para dar conferencias. Especialmente en la Villa La Collina, donde entonces no se admitía a ningún extraño, la gente se acercaba peligrosamente. Allí se comía y se bebía demasiado. Mi mujer y yo nunca olvidaremos cómo uno de los principales políticos de la CDU de Renania-Palatinado llegó borracho por la noche a nuestra habitación del último piso de la villa, que ya había servido de domicilio a Adenauer, y la confundió con un retrete donde vomitar. Luego vació el contenido de su estómago sobre nuestra cama, borracho como una cuba. Esta cercanía a los políticos era a veces realmente deshonrosa en el sentido más estricto de la palabra. En la finca de la antigua Villa La Collina, la gente estaba entre ellos, no cerraban la puerta con llave. Y entonces llegó este pez gordo borracho de la CDU. En aquel momento, acepté a regañadientes esta cercanía de mala reputación. Pero aquel día en el parlamento de Maguncia, cuando recibí el encargo de enfrentarme al entonces primer ministro de Renania-Palatinado, Beck, simplemente tuve que trazar una línea. Sabía que habría problemas y presiones si no seguía adelante. Pero no me importaba. Quería volver a mirarme al espejo.

Por cierto, la Villa La Collina de Konrad Adenauer esconde otro secreto. Está situada en una colina que domina el lago de Como, con vistas al pueblo de Belaggio, al otro lado del lago (139), que está a sólo unos minutos en ferry. Y la Fundación Rockefeller, que reúne a las élites del poder en torno a sí como un pulpo con una red de organizaciones secretas, tiene allí, en Belaggio, un centro de formación aislado.(140)

Cuando las élites políticas realmente necesitaban reunirse confidencialmente con las élites estadounidenses y acordar decisiones políticas, se bajaban en Villa La Collina, cogían el ferry a Belaggio, iban al Grand Hotel Villa Serbelloni y les recogía discretamente un chófer de la Fundación Rockefeller. El discreto procedimiento me recordó a la embajada alemana en Teherán, en el 324 de la calle Ferdowsi, y justo al lado, en la misma calle, está la embajada turca. Ambas están, lo que es alto secreto, conectadas bajo tierra por un pasillo para que los embajadores y su personal más cercano puedan refugiarse en los locales vecinos

en caso de emergencia. Si el representante del Servicio Federal de Inteligencia quería colarme en la embajada alemana de tal manera que el personal de la embajada alemana no se diera cuenta, entonces tenía que ir a la embajada turca y allí me recogían a través del pasillo subterráneo de conexión. Este tipo de pasadizos subterráneos existían en muchas embajadas alemanas (sobre todo en países árabes y africanos, a veces los servicios estadounidenses los utilizaban para sacar a gente de contrabando, pero eso no es importante aquí). Todo esto me resultaba emocionante y misterioso, pero si lo analizaba más detenidamente me parecía una locura. Igual que las reuniones secretas de altos políticos alemanes que tomaban el ferry de Villa La Collina a Belaggio para recibir instrucciones sobre su comportamiento político en la Fundación Rockefeller. Sólo más tarde me enteré de que la Fundación Rockefeller también se gana a los principales periodistas alemanes a través de organizaciones subsidiarias como la Comisión Trilateral; tejiéndoles un capullo de favores como una araña depredadora hasta que no hay escapatoria. Pero llegaremos a eso en otro capítulo.

Mal timo:

Así se engaña a los clientes de publicidad

En el tipo de periodismo descrito hasta ahora, se engaña a espectadores y lectores. Eso ya está claro para el lector. Pero nos hemos olvidado de quienes ponen anuncios y esperan una respuesta por el dinero invertido. Pero se engaña a los anunciantes, que pagan precios horribles por los anuncios en los periódicos. Las grandes editoriales llevan mucho tiempo compitiendo entre sí por la difusión. Y los precios de la publicidad se basan en la difusión real de pago. La batalla por la difusión de pago se libraba entre las distintas editoriales con métodos que me asombraron al principio de mi carrera periodística, pero que al parecer eran completamente "normales" en el sector en aquella época (¡y siguen siéndolo!). Pronto me di cuenta de esto en la industria: En cuanto se imprimían los periódicos por la noche, una parte de la tirada, que había sido comprada con muchas artimañas por el propio departamento de marketing, se cargaba en un camión y se recorría Alemania durante 24 horas por la autopista. Al día siguiente, cuando volvían las "remesas" (es decir, lo que no se había vendido en el comercio y se había vuelto a recoger), las remesas se transportaban junto con la parte que había sido conducida sin parar por la autopista en un camión hasta el papelera.

Se decía entonces que con los ingresos publicitarios de una sola edición del sábado se podían pagar los sueldos del personal de una editorial durante cuatro semanas (esto ya no es cierto hoy en día). Eran tiempos de éxito financiero, pero nadie tenía ni idea del trasfondo. Aún recuerdo aproximadamente lo orgullosos que estaban los directivos de las editoriales de periódicos de haber estafado a los "estúpidos" anunciantes porque habían pagado por anunciarse en una "tirada de pago" que en realidad no existía. En los años 90, un alto empleado se trasladó de una editorial del sur de Alemania a otra del estado de Hesse. Y presentó al director general pruebas de que la editorial de Baviera estaba aumentando la tirada supuestamente vendida de un importante diario alemán de la manera descrita anteriormente, día tras día. El tráfuga esperaba que su nuevo empleador le elogiara e hiciera público el fraude. Lo que el hombre no sospechaba: la editorial de Hesse hizo lo mismo. Y así las comprometedoras pruebas desaparecieron en una caja fuerte hasta hoy.

Todavía tenía un recuerdo aproximado de todo esto, quise refrescarlo y el 9 de junio de 2014 pregunté a uno de los antiguos directores de marketing que entonces trabajaba para una de las editoriales y debía haber oído todo esto. La respuesta escrita: "Querido Udo, como siempre confié en ti: ¡Cierto! 3 años antes de que [X (nombre del director gerente de una editorial)] muriera, recibió incluso la visita de un tráfuga de [periódico XY] que quería hacer fusilar a su antiguo jefe con las pruebas pertinentes. El [director general X] no se involucró. La famosa casa de cristal en la que uno se sentaba ... Independientemente de esto, sé de buena tinta que Verlag XY sigue reciclando cada día unos 20.000 ejemplares en la forma que usted ha descrito".

¿Por qué no menciono los nombres ni las empresas en este capítulo, algo bastante inusual en este libro? La respuesta es muy sencilla: estoy trabajando con un jubilado con información privilegiada en un libro sobre los trucos sucios de la industria editorial. Y no tiene sentido llamar la atención de los afectados antes de que el libro se haya publicado ampliamente y perder un valioso tiempo de trabajo en citas con abogados y tribunales. En cualquier caso, los grandes anunciantes ya han sido engañados sistemáticamente por editoriales de renombre durante años. Y podrán reclamar grandes sumas durante muchos años después de la publicación.

Pero el fraude en los medios de comunicación no se limita a los editores. El fraude acecha y acecha por todas partes en el negocio de los medios de comunicación, como tuve que aprender una y otra vez. En cada esquina. Y en lugares insólitos. La primera vez que me alojé en Namibia, en un conocido hotel de la capital, Windhoek, una mujer a la que no conocía estaba tumbada en la cama cuando me registré en la habitación. Me sonrió con cierto descaro. Tras el largo vuelo, molesto y cansado, fui directamente a recepción, suponiendo que me habían dado la habitación dos veces por error. Y me dieron otra habitación sin ningún problema. Sólo cuando mis colegas del viaje de periodistas me preguntaron a la mañana siguiente: "¿Y bien? ¿Qué tal la tuya?". Sospeché que lo de la mujer en "mi cama" no era una coincidencia. Yo era joven. Era ingenuo. Y aún tenía que aprender cómo se sobornaba y compraba a los periodistas y los trucos del oficio. Era un viaje de invitación pagada al que me había enviado el FAZ. Por lo que recuerdo, estaba financiado por alguna oficina de turismo sudafricana. Mirando hacia atrás, el esquema era siempre de alguna manera idéntico.

La espiral del silencio:

Lo que no sale en los periódicos

Pasó un cuarto de siglo hasta que la verdad salió a la luz y se confirmó oficialmente. Después de más de 25 años, la asociación profesional reconoció en junio de 2014 que yo, como antiguo corresponsal de guerra del FAZ, soy una víctima del gas venenoso debido a mi profesión. Soy probablemente el último testigo occidental vivo de un gaseamiento masivo en el que varios cientos de personas murieron con gas venenoso alemán en unas pocas horas en julio de 1988. Probablemente se perdieron muchas más vidas. Y ciertamente ninguna máscara antigás ayudó contra el gas venenoso "óxido de azufre". Mientras tanto, por cierto, la CIA también ha hecho públicos documentos internos sobre el uso del gas venenoso mencionado aquí después de 25 años. [\(141\)](#) . ¿Por qué empiezo este capítulo de un libro sobre los medios de comunicación alemanes y la veracidad de la información con estos detalles? Porque es un ejemplo típico de cómo funcionan la política y los medios de comunicación en Alemania. Si uno se adentra en los archivos del Frankfurter Allgemeine Zeitung, para el que yo informaba entonces, encontrará un artículo mío titulado "En Zubaidat se eliminan las huellas de la batalla".[\(142\)](#)

Otra pista de lo que ocurrió en un campo de batalla iraquí con participación alemana puede encontrarse en los archivos de la CIA, que entretanto se han hecho públicos. [\(143\)](#) Y una pequeña foto con un pie de foto. Eso es todo. Si en algún lugar del mundo la gente muriera gaseada con gas venenoso alemán, uno pensaría que los ciudadanos bien informados sabrían algo al respecto. La realidad, sin embargo, es completamente diferente. Todavía conservo muchas fotos en color del gaseamiento masivo que nunca se han publicado. O mejor dicho, se suponía que no debían publicarse, salvo una toma muy pequeña. Mi superior de entonces, Fritz Ullrich Fack, redactor del FAZ encargado de la política exterior, no quería eso en ningún caso. En su lugar, tras mi regreso del campo de batalla, me envió con las fotos a la Asociación Federal de la Industria Química. Un pequeño informe, más bien incidental, sobre una operación de gas, una sola foto pequeña en el FAZ, eso fue todo. Siguiendo instrucciones del editor del FAZ, no debía pasar las fotos, de las que tenía los derechos de imagen, a otros medios de comunicación. Stern quería la serie de fotos en aquel momento.

Pero eso probablemente me habría costado el puesto. Mi impresión subjetiva en aquel momento era que el público debía saber lo menos posible.

Ya lo sospechaba cuando aún luchaba contra las consecuencias físicas del gas venenoso y seguía en Irak. Había descrito minuciosamente lo ocurrido. Había personas tendidas en el campo de batalla con los sesos saliéndoles por la boca, los ojos y la nariz tras haber estado expuestas al gas venenoso en medio de un calor abrasador. Con excavadoras, por supuesto también fabricadas en Alemania, los iraquíes empujaron las pilas de cadáveres y las cubrieron con arena del desierto. En aquella época no había teléfonos móviles ni Internet y yo no tenía conexión por satélite. Tenía mala salud. Y el camino de vuelta del campo de batalla a Bagdad fue un calvario infernal. Aun así, envié por teléfono mi informe desde allí con todos los detalles. Cuando leo lo que se publicó entonces en el FAZ de Francfort, pienso para mis adentros. Mi colega de entonces, Klaus-Dieter Frankenberger, me dijo después de mi regreso a la redacción que había editado el artículo en la sala de redacción y había eliminado todos los detalles horripilantes. La fuga de cerebros de personas gaseadas no encajaba en el FAZ. Obviamente, el lector del FAZ no debía enterarse de ningún detalle desagradable. No fue hasta el otoño de 1990, unos dos años después de mi reportaje en el FAZ, cuando se detuvo a los patrocinadores alemanes que habían ayudado a los iraquíes a producir gas venenoso. [\(144\)](#)

El 19 de diciembre de 2013, unos 25 años después del gaseamiento, volví a escribir al exdirector del FAZ Fack, jubilado desde hace tiempo, pidiéndole explicaciones sobre su comportamiento en aquel momento. Mi carta dice, entre otras cosas:

Siguiendo sus instrucciones, tuve que entregar las numerosas fotografías que había tomado en el momento de los gaseamientos inmediatamente después de mi regreso a Francfort a la Asociación de la Industria Química, empresas miembros de la cual -según recuerdo- habían suministrado previamente los precomponentes del gas mostaza a los iraquíes para el gaseamiento de los iraníes. En aquel momento, al FAZ sólo se le permitió publicar una única foto, lo más inofensiva posible, de la espantosa serie de fotos que yo había tomado de los iraníes gaseados en el campo de batalla, porque desde el punto de vista del FAZ las fotos no eran aceptables para los lectores.

El antiguo editor del FAZ no ha podido o no ha querido explicarme todo esto hasta hoy. Medio siglo después del gaseamiento de los judíos, se volvió a

gasetizar a personas. Que yo sepa con participación alemana. Y todo el tema fue suprimido en gran medida en los medios de comunicación.

Cancilleres alemanes han pedido perdón en Israel por los nazis que gaseaban judíos hace generaciones. Cancilleres alemanes se han arrodillado en París y Varsovia y han pedido perdón a nuestros vecinos por guerras que ocurrieron hace generaciones. ¿Cómo es posible que los políticos y los medios de comunicación alemanes se escabullan en el presente cuando los iraníes son gaseados con gas venenoso alemán? ¿O han oído alguna vez a los cancilleres Kohl, Schröder o Merkel pedir perdón al pueblo iraní? Las máquinas de extrusión utilizadas para fabricar los proyectiles de las granadas de gas en Irak procedían de la producción alemana, al igual que los componentes químicos utilizados para producir los gases venenosos Lost, Tabun y Sarín. Entregamos todo esto bajo el camuflaje de "agentes fitosanitarios" en plena zona de guerra. Fingimos que los iraquíes querían rociar miles de toneladas de pesticidas en el desierto. Mentimos.

Mi impresión personal, incluso hoy, es que el público no debe enterarse de ciertas cosas. Más tarde tuve la misma impresión en Gruner + Jahr. En noviembre de 2005 escribí para la editorial el reportaje "La nobleza de los bajos fondos de Berlín". En él, el rey de los bajos fondos berlineses, Steffen Jacob, relataba cómo comenzó su "carrera" cuando Willy Brandt, como alcalde de Berlín en aquella época, fue uno de sus primeros clientes para "señoritas permisivas" de cierto oficio. Steffen Jacob, fallecido muchos años después, en agosto de 2014 (145), quería que yo escribiera como fantasma sus memorias en aquel momento. Era un admirador de mis libros de no ficción y esperaba que, además de mi informe en Gruner + Jahr, también pudiera dejar para la posteridad en forma de libro su "ascenso" en todas sus facetas. El hombre que hizo dinero duro con chicas fáciles tenía una maleta llena de cartas de agradecimiento. Un tesoro de vergüenzas. Una era de un ministro de defensa. En ella, el conocido ministro me daba las gracias por la "agradable velada". Steffen Jacob me contó lo que no decía la carta: afirmaba que el ministro se dedicaba a torturar sexualmente a mujeres con botellas. No sabía si crérmelo o no. Los detalles me parecían increíbles. Eran excesos que volví a recordar después de que años más tarde se hicieran públicas las escapadas a la luz roja y las acusaciones de violación de Dominique Strauss-Kahn, el jefe del Fondo Monetario Internacional. Estaba claro que Steffen Jacob tenía a un gran número de personas en la palma de su mano. Pues las escapadas del ministro alemán no eran financiadas por él mismo ni a través del contribuyente, sino por la oficina berlinesa del lobista de una empresa armamentística alemana. Steffen Jacob me mostró los correspondientes extractos bancarios. E insistió en que tales

"servicios" solían estar gravados oficialmente. Steffen Jacob habló de un secretario general de un partido político, del jefe de estación de la CIA en Berlín y de un ministro de Defensa alemán que se divertían con esas señoritas en su casa. Y mostró las correspondientes "cartas de agradecimiento". Por lo visto, nada era demasiado embarazoso para algunas personas. Cuando escribí mi informe, Steffen Jacob, según su propia información, también atendía al Ministerio de Asuntos Exteriores y a la Oficina Federal de Policía Criminal y a sus invitados. Otro informante me mostró un parque infantil en la Fuggerstrasse de Berlín, donde los hombres de la época podían supuestamente elegir a los niños mientras pasaban lentamente en coche, que luego eran entregados "gratuitamente" para mantener relaciones sexuales con ellos. El fotógrafo berlinés Ali Kepenek se enteró de algunos detalles porque debía ilustrar las declaraciones de Steffen Jacob y otras figuras del hampa berlinesa. (146). No sé qué grabaciones conserva aún hoy Ali Kepenek. Un importador polaco de madera explicó a los lectores cómo funciona el negocio ilegal de armas en Berlín y quiénes son los clientes. Frank Warneck, llamado "Wanne", miembro de los Hells Angels, también soltó prenda en el reportaje. Sus últimas palabras en nuestro encuentro fueron: "La conciencia sólo puede estar donde está el conocimiento". Pero, ¿realmente quieren saber todo esto sus lectores? Tengo curiosidad por saber si se publicará".

Nada de eso se ha publicado hasta hoy. La investigación había costado mucho dinero, pero testigos contemporáneos informando sobre Willy Brandt y prostitutas o políticos conocidos sobre prostitución infantil - eso probablemente habría causado un terremoto político. Así que la historia desapareció en los archivos. Mi impresión subjetiva, podría estar equivocado: Gruner + Jahr no quería realmente los temas. Estas pocas experiencias personales me demostraron al menos que a los medios de comunicación no les gusta "abordar" determinados temas. Las razones pueden ser diferentes. Pero lo que vemos, oímos o leemos no es un reflejo completo de la realidad.

La fundadora del instituto demoscópico Allensbach, Elisabeth Noelle-Neumann, me dijo en una ocasión durante una visita a la redacción del Frankfurter Allgemeine Zeitung: "Lo que hoy se encuentra en la mente de la gente a menudo ya no es la realidad, sino una realidad construida y fabricada por los medios de comunicación". En los años noventa era una invitada habitual en la redacción del FAZ. La catedrática de Ciencias de la Comunicación e investigadora de opinión mundialmente respetada, fallecida en 2010 a los 94 años, no tenía muchos amigos en los medios de comunicación alemanes de la

época. Muchos periodistas la despreciaban porque se atrevía a decir algo que se consideraba tabú en Alemania: la influencia y la dirección sistemáticas de las multitudes por parte de una pequeña minoría de periodistas. Noelle-Neumann lo llamó la "espiral del silencio" cuando los medios de comunicación de masas, como la televisión, presentaban públicamente las opiniones minoritarias como mayoritarias y la gente no se rebelaba, sino que simplemente guardaba silencio por miedo al aislamiento social. La espiral del silencio, formulada como teoría científica en la investigación de la comunicación por Noelle-Neumann ya en los años setenta, se ha convertido en un demonio mucho más poderoso y maligno en las décadas transcurridas desde entonces, que hoy nos tiene a los ciudadanos firmemente agarrados las veinticuatro horas del día. Nos manipula.

Y este demonio miente. Sobre todo en las guerras. Desde la guerra civil libanesa (1975-1990), cuando los telespectadores querían ver noche tras noche las últimas imágenes de las peleas en las casas de Beirut, se estableció entre los periodistas de televisión de todas las naciones una forma de informar agradable y que duraba toda la vida: Como periodista, te hacías amigo de una facción de la guerra civil, le dabas tu cámara de televisión y te enviaban a casa las últimas imágenes a cambio de una comisión. Después, unos combatientes de aspecto marcial con el estruendo de una ametralladora de fondo se encargaban de que el corresponsal de habla alemana también pudiera grabarse "en plena acción bélica" con el telón de fondo de unas ruinas incendiadas a las que rápidamente se podía dar una nueva y humeante vida con un poco de gasolina. Todo el mundo estaba satisfecho: Las emisoras alemanas recibían imágenes de primera clase, los telespectadores se estremecían ante la audacia, los corresponsales demostraban merecer sus horribles dietas de guerra y los extras de la milicia de la guerra civil volvían a tener dinero suficiente para comprar cigarrillos y alcohol por un día.

El autor de este libro ha visitado muchos campos de batalla en todo el mundo: desde Afganistán hasta Angola, pasando por los estados del Congo, Irak e Irán. Una y otra vez, se encontró con equipos de televisión a la caza de imágenes, cargados con bidones de gasolina, reavivando vehículos militares quemados hace mucho tiempo, lejos de cualquier combate, y ofreciendo un extraño espectáculo ante este telón de fondo: los corresponsales avezados se agachaban con regularidad, parecían frenéticos y se agitaban, lo que parece bastante cómico desde unos metros de distancia y sólo resulta comprensible cuando se ve el reportaje final editado. En la banda sonora siempre se mezclaban después algunas ráfagas de ametralladora, en casos más flagrantes incluso impactos de mortero. Estos "héroes" también existen en las emisoras alemanas. Hoy en día,

hace tiempo que han ascendido a la cima de la dirección de la radiodifusión por sus extraordinarios méritos, de modo que ya no procede mencionar sus nombres. Otros han sufrido reveses porque fueron desenmascarados como plagiarios.

Yo mismo prefería no escribir muchas experiencias de esas situaciones por aquel entonces. Aunque me afectaran a mí. Probablemente no habría quedado bien que informara sinceramente a los lectores del FAZ de que pasé por Afganistán fuertemente armado con un Kalashnikov y munición suficiente en un cinturón de cartuchos cuando informé desde allí. Todavía tengo fotos de ello. El lector de habla alemana, sentado en un mundo de paz con un acogedor café matutino, probablemente no habría comprendido en aquel momento que en la zona de combate afgana (mucho antes de la llegada de los primeros soldados occidentales) uno era presa fácil como extranjero "infiel", sobre el que los muyahidines disparaban a discreción. Sin embargo, con unas cuantas salvas bien dirigidas, se podía mantener a esa gente a distancia. Con algodones en el equipaje, seguro que no habría sobrevivido ni un día solo. En aquella época, incluso me convertí al Islam pro forma con el líder muyahidín Ismail Khan en la ciudad afgana occidental de Herat, y la noticia se corrió con relativa rapidez entre los muyahidines de la zona de combate. A los que no se dieron cuenta y me dispararon por diversión, pude mantenerlos a distancia con mi arma. Hubo otros periodistas que no entendían en absoluto el hecho de que uno se defendiera con las armas en una zona de disturbios islámicos en la que estaba completamente solo y sin protección. El periodista estadounidense Daniel Pearl, por ejemplo, nunca entendió que en las zonas de guerra civil nunca confiara en los beligerantes. Siempre confió plenamente en esas personas. Más tarde, los musulmanes le cortaron la cabeza mientras estaba plenamente consciente, lo filmaron y lo colgaron en Internet.(147). El periodista sueco Nils Horner tampoco se protegió nunca. Siempre iba desarmado y no quería compañeros armados. Murió tiroteado en Kabul por partidarios de la ideología islámica.(148). Lo mismo les ocurrió a dos reporteros franceses en Malí.(149). Y a la fotógrafa alemana Anja Niedringhaus, que como yo procedo de Westfalia Oriental, le dispararon así en Afganistán, como a tantos otros.(150). Esta es la realidad cotidiana en esos países. Pero nuestros medios de comunicación prefieren difundir una imagen diferente. Yo mismo aprendí en 1987 a no fiarme de nadie en las zonas de guerra. Por aquel entonces, me encontraba en la guerra de Angola, en un campamento de los combatientes prooccidentales de Jonas Savimbi. Un periodista alemán de la revista Quick me lanzó en broma una de las granadas de mano que había por el campamento, a la que previamente había quitado el seguro. Estaba convencido de que en un campamento de combatientes

de la selva, las granadas de mano de verdad nunca estarían tiradas por ahí. La granada, sin embargo, estaba viva. Y detonó en cuestión de segundos. Me las arreglé para tirarla antes y agacharme en el suelo detrás de los sacos de arena". El periodista de Quick tomó una foto en blanco y negro exactamente en ese segundo, de la que aún conservo una copia. Me recordará toda la vida que nunca hay que fiarse de un desconocido en una zona de guerra.

Hoy arriba, mañana abajo:

Ejecuciones mediáticas

Como veremos, los periodistas y los medios de comunicación nos manipulan a todas horas. Y en todas partes. Nuestros cerebros ya pueden soportarlo. Sabemos que los medios de comunicación nos mienten a menudo. Se vuelve devastador cuando las manipulaciones también pretenden conmovernos e influirnos emocionalmente. Cuando el Estado abusa de los periodistas en segundo plano para difundir rumores.

Yo mismo lo experimenté en el momento en que los servicios secretos que me habían proporcionado información durante mi estancia en el FAZ "me desconectaron". Dejé la FAZ a finales de 2003. Y a principios de 2004, estaba dando una conferencia en Dresde cuando me informaron de que la policía y la fiscalía estaban registrando mi piso a cientos de kilómetros de distancia. Lo hacían bajo sospecha de "traición a secretos". La noticia estaba en todas partes, desde el Tagesschau hasta el Spiegel.[\(151\)](#) El FAZ también informó: "Se registraron las habitaciones de un experto en terrorismo" y mencionó mi nombre en relación con el registro. De un plumazo, yo era un delincuente no sólo desde el punto de vista de mis vecinos. Me sorprendió que lo que ayer contaba con el apoyo del Estado (la recepción y el análisis de documentos confidenciales) se convirtiera de repente en un delito. Sólo muy lentamente comprendí que simplemente iba a ser desacreditado públicamente y "clausurado". La señal para todos los que me habían suministrado material era: A partir de ahora, el trabajo de Ulfkotte está acabado. Mirando hacia atrás, comprendí todo aquello. Sólo hay una cosa que no entendí: hasta el día de hoy, ni el Tagesschau ni el Spiegel ni el FAZ han informado de que se haya archivado el proceso penal. No hubo ni traición de secretos ni ningún otro delito penal. Así que se puede ajusticiar a una persona públicamente, al menos así me parecieron a mí los informes en su momento, y no hay que aclarar las cosas después. Los lectores deberían saberlo, independientemente de mi insignificante caso. De todos modos, ahora siempre tengo que sonreír cuando me hablan de revelaciones sobre políticos en los medios de comunicación o cuando todos los medios informan de un registro domiciliario por sospechas de algo con una persona. A veces hay razones muy distintas para ello, como yo mismo he experimentado. Y los periodistas no están obligados a informar después de la verdad y a rehabilitar a quienes los ejecutaron. Me parece vergonzoso que el FAZ, que informó (correctamente)

sobre el registro de mi casa en 2004, pero que después no me rehabilitó cuando se archivó el proceso penal, no se haya disculpado por este comportamiento hasta el día de hoy. A pesar de ello, me he esforzado por ser objetivo en las observaciones de este libro, también en lo que respecta al FAZ. Pero no me sorprendió que el periodista Stefan Niggemeier escribiera en otro caso que el "FAZ oculta críticas relevantes a sus lectores" .(152) E informa de que un presidente de distrito del sindicato Junge canceló su suscripción al FAZ debido a la información parcial. (153) Hoy lo entiendo bien.

Ah, sí: en aquellos años en los que fui literalmente bombardeado con material secreto por las élites de la época, también cultivé una especial cercanía con Bernd Schmidbauer (CDU). Fue coordinador del servicio secreto en la Cancillería hasta 1998. Ya he descrito en otros artículos cómo me hizo encerrar en una habitación de la Cancillería para que pudiera evaluar tranquilamente documentos clasificados y copiar los puntos más importantes. Más tarde, también me entregó o incluso me entregó tales documentos.

Muchos de los documentos confiscados durante el registro procedían de la oficina de Schmidbauer, llevaban su firma y podían ser directamente atribuidos a él. A la fiscalía, que en aquel momento me estaba investigando por sospecha de "traición a secretos", no le interesaba. Schmidbauer era probablemente un traidor desde el punto de vista jurídico.

Todavía recuerdo bien cuando saqué documentos del maletín del piloto delante de la cámara en un programa de entrevistas, porque durante una discusión se dudó de que realmente yo también tuviera declaraciones de los círculos de inteligencia de allí. Al azar metí la mano en el maletín del piloto y sostuve esta pila de documentos ante la cámara. Encima, como mostraron más tarde las ampliaciones de la pantalla de televisión fotografiada, había una carpeta del despacho de Schmidbauer con sus abreviaturas personales. En la Cancillería había gran expectación. Se temía que la oposición iniciara un procedimiento contra Schmidbauer, poseedor de la Cruz Federal al Mérito de 1ª clase, y que entonces se levantara su inmunidad en el Bundestag. Sorprendentemente, esto no ocurrió. Uno de mis principales ayudantes en aquella época, Bernd Schmidbauer, era manifiestamente inmune. Hoy cobra su pensión y es presidente honorario de la Asociación Federal para la Conservación Profesional de la Naturaleza y las Especies (BNA), la organización nacional que agrupa a los cuidadores de animales y plantas. Lo que queda es la constatación de que ciertas personas pueden cometer delitos y recibir la Cruz Federal al Mérito de 1ª clase. Sus

cómplices son como piezas en un tablero de ajedrez. Nuestros "medios de comunicación de calidad" les siguen el juego. Es una de las muchas pruebas de que la democracia y el Estado de Derecho son sólo simulación y pura ilusión.

En el capítulo "En el dominio de los servicios secretos" describiré cómo fui reclutado como estudiante (al principio sin mi conocimiento) en los años ochenta por el BND en una universidad a través de un profesor. A partir de 1999, yo mismo fui profesor en una universidad. Concretamente, en Luneburgo. Allí enseñé gestión de la seguridad en el departamento de administración de empresas durante muchos años. Junto con otros profesores (como Rolf-Wilhelm Dau, ex jefe de seguridad de Philips), seleccioné en secreto a estudiantes de la universidad que interesaban al BND por su estructura de personalidad, su actitud política y sus capacidades. Esto se podía explorar fácilmente en los seminarios que organizaba. Hablábamos mucho de política. Hicimos juegos de rol. Y en los seminarios cuestionaba de forma lúdica las aficiones y actitudes personales de los estudiantes. Muchos de mis alumnos aún recordarán que de vez en cuando veíamos una película de James Bond y yo les preguntaba quién se imaginaba trabajando para un servicio secreto más adelante. Todos se reían. A los alumnos les hacía mucha gracia. Nadie sospechaba la verdad. El BND lo quería así. Y la universidad lo apoyaba. Todo esto llegó a un abrupto final después de muchos años con una clara señal: Los registros descritos anteriormente también tuvieron lugar en la Universidad de Luneburgo. Los peleles gubernamentales que debían "cerrarme el paso" se presentaron en el despacho del rector de la universidad y anunciaron que se me investigaba por "traición a los secretos". A partir de ese momento, no recibí más que desprecio en el campus. Mi puesto de profesor fue revocado. Otros profesores de la universidad habrán asumido desde hace tiempo mi antigua tarea de seleccionar a los estudiantes para el BND sin su conocimiento. Así funcionan las cosas en Alemania. Simplemente no hay que hablar de ello.

Capítulo 2

Nuestros medios de comunicación:

Desalineados, obedientes a la autoridad y poco dispuestos a investigar

Todas las personas nombradas en este libro niegan una proximidad pegajosa a organizaciones de élite. También niegan ser grupos de presión. También niegan estar "corrompidos" por la proximidad a la élite. Y niegan haber perdido su mordacidad periodística como periodistas cercanos a los grupos mencionados. Niegan que esa proximidad afecte a sus reportajes.

Thilo Sarrazin:

Un héroe popular es condenado

Es fácil desenmascarar al demonio maligno de los periodistas en las redacciones más conocidas. Tomemos como ejemplo las tesis de Thilo Sarrazin. Más de dos tercios (70%) de los alemanes están de acuerdo en principio con Sarrazin, según encuestas acreditadas.(154) A juzgar por las encuestas, Thilo Sarrazin es una especie de héroe popular. En nuestros medios de comunicación, suele ser todo lo contrario: la personificación de un "villano". Y eso sólo porque se atreve a decir lo que piensa la mayoría. El taz llama a Sarrazin "demagogo" (155) 'Nota , al igual que el Kölner Stadt-Anzeiger (156) Deutschlandradio lo califica de "populista de derechas".(157) Y la periodista Mely Kiyak caracterizó a Sarrazin, cuyo lado derecho de la cara está parcialmente paralizado, como una "caricatura humana ceceante, tartamuda y crispada". (158) Una persona que expresa abiertamente lo que piensa la mayoría es tratada en nuestros medios de comunicación como una "caricatura ceceante, tartamuda y crispada de ser humano". ¿Sigue siendo posible? Una persona con los índices de audiencia de un héroe popular desfiló por todos nuestros medios de comunicación. El demonio maligno de la manipulación que hay detrás se encuentra ahora en casi todas las redacciones. El semanario Zeit preguntó con toda seriedad si se le permitía tratar a Thilo Sarrazin en los medios de comunicación, a lo que respondió: "¿No estamos difundiendo con ello esos pensamientos que casi todos los periodistas y políticos condenan tanto en estos días? Sí, le hacemos un favor a Thilo Sarrazin (...). (...) Thilo Sarrazin va camino de convertirse en un héroe popular...". (159) Evidentemente, no es aceptable que en Alemania la opinión mayoritaria del pueblo también se exprese y represente en los medios de comunicación.

Supuestamente, en el mundo de habla alemana tenemos una amplia gama de periódicos, cadenas de televisión y otros medios de comunicación con las opiniones más diversas. Desde la extrema izquierda hasta la extrema derecha. Se supone que los periodistas de hoy son completamente independientes de las personas y las cosas sobre las que informan. Supuestamente, sólo están comprometidos con la verdad objetiva. Sin embargo, como pronto veremos, esto no es más que pura ilusión.

Una ilusión se refiere a una ilusión sensorial; una percepción diferente de lo que realmente hay en la realidad. Nuestros "medios de calidad" dominan a la perfección este arte de la ilusión. Sólo simulan diversidad de opiniones, independencia e información veraz. En realidad, los ciudadanos somos manipulados, desinformados y dirigidos por los medios de comunicación de la manera que los políticos quieren que seamos.

Propaganda:

Llegan los prusianos de los Balcanes

El 1 de enero de 2014, el mercado laboral alemán se abrió totalmente a los inmigrantes de Bulgaria y Rumanía. Fue un tema muy controvertido. Hubo voces cautelosas que advertían contra una "afluencia de pobreza" a los sistemas sociales alemanes. La Canciller, sin embargo, no se mostró muy entusiasmada con este debate. Los medios de comunicación captaron la indirecta. Inmediatamente surgió una oleada de noticias en las que se afirmaba que rumanos y búlgaros eran personas extremadamente trabajadoras que sin duda llenarían nuestras arcas de la seguridad social, no las vaciarían. El heute-journal superó a todos los demás cortesanos de la información políticamente correcta y habló de los rumanos y los búlgaros como los "prusianos de los Balcanes". A los asombrados telespectadores se les dijo: "Si miran las estadísticas del mercado laboral, lo verán confirmado. La tasa de desempleo de los inmigrantes búlgaros y rumanos es incluso inferior a la del conjunto de la población. (160) Se dice que sólo se agitan temores infundados de un asalto al sistema social alemán por parte de ciudadanos de Bulgaria y Rumanía. El "heute-journal" llegó a decir de ellos: "La mayoría cubren huecos en el mercado laboral alemán donde faltan trabajadores cualificados. (161) El canal de propaganda estatal ZDF fue pionero en una oleada de desinformación y propaganda destinada a disipar los temores de los alemanes hacia los nuevos conciudadanos. Hubo reportajes en los que se presentaba a los rumanos y búlgaros como un nuevo grupo de población extremadamente industrial que incluso rara vez estaba en paro en comparación con el conjunto de la población alemana. (162) Todos -realmente todos- los principales medios de comunicación alemanes lo asumieron y lo difundieron sin control. Al fin y al cabo, las cifras que iban a demostrar las afirmaciones del "heute-journal" procedían directamente del Gobierno federal. Faltaban pocos meses para las elecciones municipales y europeas de 2014 y había que contentar a los ciudadanos. En aquellos días, periódicos económicos de renombre como el Handelsblatt también afirmaban: "Búlgaros y rumanos: la migración masiva no se está produciendo".(163) Y como no debería haber discusión alguna sobre este tema, también se levantaron barreras lingüísticas: "Inmigración de la pobreza". (164) y "turismo social"(165) iban a convertirse en las "palabras del año". La

policía lingüística explicó en los telediarios de máxima audiencia por qué ya no debemos utilizar esas palabras:

Esto discrimina a las personas que buscan un futuro mejor en Alemania por pura necesidad y oscurece su derecho fundamental a hacerlo. Según el jurado, el término "turismo social" forma parte de una red de otras palabras malsonantes que juntas sirven para fomentar este estado de ánimo: "inmigración de la pobreza" se utilizaba originalmente de forma difamatoria en el sentido de "inmigración en los sistemas sociales" y ahora se utiliza cada vez más de forma indiferenciada como término supuestamente neutral en cuanto a los hechos. El término "turismo social", sin embargo, lleva al extremo la insinuación de intención maliciosa.[\(166\)](#)

Apenas habían pasado seis días de las elecciones europeas y municipales de mayo de 2014 cuando se presentó la verdad a los ciudadanos: "Perceptores de Hartz IV: cada vez más inmigrantes de Bulgaria y Rumanía", titulaba Bild. Las dos primeras frases del artículo lo dicen todo: "El número de inmigrantes en situación de pobreza procedentes de países del Este de la UE y de Estados endeudados por el euro que reciben prestaciones Hartz IV en Alemania sigue aumentando significativamente. A finales de febrero, según las últimas cifras de la Agencia Federal de Empleo (BA), 290.760 personas de los 10 países del Este y los 4 de la deuda recibían prestaciones sociales. Esto supuso un 21% (50 226) más que en febrero de 2013. Según estas cifras, el número de búlgaros y rumanos que recibieron prestaciones Hartz superó por primera vez los 50 000 en febrero. A finales de febrero, la BA contabilizó 28 705 beneficiarios de ayudas procedentes de Bulgaria y 24 098 de Rumanía." [\(167\)](#)

Y en junio de 2014, los medios de comunicación alemanes informaron de que el número de beneficiarios de Hartz IV procedentes de Bulgaria y Rumanía había aumentado significativamente en comparación con el año anterior, en torno a un 60 %. [\(168\)](#) Así se desprende de los datos actuales del Instituto de Investigación sobre el Empleo. Según los datos, muchos de los nuevos ciudadanos dependientes de prestaciones básicas viven en unas pocas grandes ciudades, sobre todo en Dortmund, Duisburgo, Stuttgart y Hamburgo. De nuevo: un sesenta por ciento más de beneficiarios de Hartz IV procedentes de Bulgaria y Rumanía. Y poco antes se había afirmado exactamente lo contrario. Entonces seguían siendo los supuestamente tan laboriosos "prusianos de los Balcanes".

Para decirlo claramente: los que habían advertido contra el desarrollo antes de las importantes elecciones tenían razón. Había y hay masas de inmigrantes

pobres. Pero los políticos y los medios de comunicación nos los vendieron antes de las elecciones como los "prusianos de los Balcanes" y respaldaron la atrevida afirmación con estadísticas que probablemente habían sido falsificadas especialmente para esta campaña de desinformación. Era la típica simulación de reportaje veraz e independiente. Una pura ilusión.

¿Por qué se hizo todo esto? Marco Arndt, de la Fundación Konrad Adenauer de Sofía, dio una pista años antes en una conversación con Deutschland-Radio. A la pregunta de si Bulgaria no fue admitida en la UE demasiado pronto, Arndt respondió: "Si se toman como base los criterios formales, entonces es cierto que Bulgaria y también Rumanía no cumplían estos criterios en su totalidad, que fue una decisión política por parte de la Unión Europea admitir a ambos Estados", y continuó: "Bulgaria se encuentra en las fronteras de Europa. Cuando pienso en la influencia rusa, que sería mucho más fuerte en el país de lo que ya es si Bulgaria no estuviera en la UE, me refiero sólo a la política energética. (169) Así pues, fueron consideraciones puramente político-políticas y geoestratégicas las que condujeron a la admisión de Bulgaria en la UE en 2007. Después de que Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, la República Checa, Eslovenia, Eslovaquia y Hungría, antiguos Estados del bloque del Este bajo la influencia de la antigua Unión Soviética, ingresaran en la UE en 2004, Rusia quedó aislada de Europa Occidental en 2007 con la admisión de Bulgaria y Rumanía. En el fondo, todo era cuestión de política de poder.

Los trucos de engaño verbal de la política y los medios de comunicación

No sólo nuestros principales telediarios se han convertido en un engaño sensorial permanente. Mientras las calles que nos rodean están cada día más deterioradas, el yeso se desprende de las paredes de las escuelas, la delincuencia domina cada vez más barrios, la brecha entre ricos y pobres se ensancha sin cesar y la ira amontonada en la población alcanza proporciones sin precedentes, los "medios de calidad" nos adormecen con eslóganes detergentes de políticos intercambiables. Mientras todo ahí fuera se pudre y se derrumba lenta pero inexorablemente, los "medios de calidad" nos presentan día tras día la ilusión de estabilidad, prosperidad y seguridad financiera con eslóganes de perseverancia.

Debemos agradecer al abogado constitucionalista Hans Herbert von Arnim la idea de que los partidos establecidos consideran al Estado como una presa y se aprovechan de nosotros, los ciudadanos, como si fuéramos ladrones. Los "medios de comunicación de calidad" son sus cómplices. Ayudan y cuestionan para mantener a las víctimas calladas y de buen humor incluso cuando están siendo desplumadas. Lo que la mayoría de los medios de comunicación de los países de habla alemana producen sistemáticamente no tiene absolutamente nada en común con la verdad, la objetividad y la independencia. Tiene más en común con una especie de sincronización.

Los trucos verbales engañosos de la política y los medios de comunicación en esta sincronización son fáciles de ver a través de una inspección más cercana: Cuando nos dicen cómo pensar, lo llaman "educación para ser ciudadanos responsables". Cuando los inmigrantes no respetan a los nativos, se supone que debemos respetarlo como una "característica cultural". Cuando todos los grandes medios de comunicación, como en una dictadura, informan prácticamente de lo mismo en todas las emisoras y en todos los periódicos las veinticuatro horas del día, se supone que debemos entenderlo como la "diversidad" del mundo mediático. Con el euro no es diferente: Cuando los políticos de todos los partidos ponen cada vez más en peligro nuestros ahorros con "paquetes de rescate del euro", hablan de "estabilización" (por ejemplo, en el caso del pacto de estabilización). Con todos estos términos, se puede ver la mentira que hay detrás en cuanto se piensa en ello. Todo el mundo está familiarizado con este engaño cotidiano y con las distorsiones terminológicas que los políticos y los medios de comunicación nos han estado alimentando al unísono. Cuando todos los grandes partidos y medios de comunicación adoptan casi la misma posición sobre

cuestiones importantes como el cambio climático, las cuotas femeninas o el rescate del euro, nuestros medios lo llaman ahora "democracia viva". En realidad, los "periodistas de calidad" nos llevan de la nariz. Cuando nuestro suministro de electricidad está ahora constantemente al borde del colapso debido al "giro energético" , entonces los medios de comunicación se limitan a llamar al inseguro suministro energético "sostenible" . Nadie protesta contra esta estúpida tergiversación de los términos. Y en algún momento incluso nos lo creemos, aunque sepamos que lo correcto es lo contrario. Ahora nos parece completamente normal el fraude que los periodistas nos hacen a los ciudadanos a diario. Muchos se han resignado a que los políticos y sus cómplices de los "medios de calidad" les mientan y les engañen. ¿Cuál es la consecuencia? Con razón, ya no confiamos en los periodistas.

La pérdida de credibilidad

En el mundo de habla alemana, los periodistas se han convertido en uno de los grupos de población menos respetados por muchas razones. No es casualidad, porque han trabajado duro durante décadas para ganarse esta miserable reputación. En la lucha por la audiencia y la difusión, han mentido y tergiversado la verdad tan a menudo que ya casi no se les cree.

Médicos, enfermeras y policías son populares, pero ¿los periodistas de "medios de calidad"? (170) No nos engañemos: La reputación de los periodistas de calidad está por los suelos. (171) En la escala de prestigio de los ciudadanos de a pie, se sitúa entre los políticos y las prostitutas. No es de extrañar que en Internet se hable cada vez más de las antaño respetadas empresas de medios de comunicación como "putas de los medios" y que la antigua revista de noticias Spiegel, por ejemplo, haya recibido ahora el ignominioso apodo de "Der Speichel" (La Saliva)?

En un estudio realizado en 2013 por el instituto de estudios de opinión Allensbach, los presentadores de televisión ocupaban el último lugar en la escala de popularidad, junto con los banqueros. Sin embargo, los propios presentadores de televisión tienden a pensar que son los más grandes. Por ejemplo, Johannes B. Kerner. Brilló en Bild der Frau en marzo de 2014 con la afirmación: "Mi coeficiente intelectual ronda los 130". Y el ensimismado presentador Michel Friedman, tras un affaire con prostitutas ucranianas forzadas, enfatizó seriamente: "No me quise lo suficiente". (172)

Los periodistas extranjeros tampoco tienen una buena opinión de sus colegas germanófonos. Roger Boyles, corresponsal en Alemania del London Times, decía hace dos décadas: "Los periodistas de los periódicos alemanes parecen muy dependientes de las agencias de prensa. Muchos artículos que aparecen con su nombre son idénticos a los informes de dpa o de la agencia alemana AP del día anterior. Si hay alguna diferencia, es que el periodista ha añadido su opinión, sin hacer su propia investigación".(173) Brandon Mitchener, del prestigioso International Herald Tribune, también criticó a los periodistas alemanes: "Muchos artículos de prensa no contienen investigaciones propias, sino que son en gran medida acríticos. Salvo algunas excepciones, creo que los periodistas son demasiado pasivos y quizá un poco perezosos. Siempre están bien informados, pero también obedecen a la autoridad". (174) Perezosos, obedientes a la autoridad y poco dispuestos a investigar: así ven los colegas a los periodistas

alemanes. ¿Y los ciudadanos? El profesor Wolfgang Donsbach, científico de la comunicación de Dresde, lo analizó en un estudio titulado "El desencanto de una profesión". Dice algo así como:

La mayoría de los ciudadanos atribuye a los periodistas una enorme influencia en muchos ámbitos de su vida: de qué se habla en la vida cotidiana, qué se piensa de los políticos, a qué partido se vota y qué bienes se compran. Para más de la mitad de ellos, los periodistas son más poderosos que los políticos. Y a casi todos ellos eso no les gusta. Además, casi dos tercios de los ciudadanos critican la información política por no ser suficientemente objetiva, aunque también dos tercios esperan objetividad. Para ellos, los periodistas no son intermediarios honestos. Casi dos tercios creen que los periodistas suprimen a menudo las opiniones de los expertos que no están de acuerdo con ellos. (175)

Capítulo 3

La verdad encubierta:

Periodistas alfa en línea con las élites

Todas las personas nombradas en este libro niegan una proximidad pegajosa a organizaciones de élite. También niegan ser grupos de presión. También niegan estar "corrompidos" por la proximidad a la élite. Y niegan haber perdido su mordacidad periodística como periodistas cercanos a los grupos mencionados. Niegan que esa proximidad afecte a sus reportajes.

Si trabajas en el entorno de las numerosas organizaciones de propaganda proestadounidenses que la antigua potencia ocupante, EE.UU., ha dejado en suelo alemán, entonces puedes entrar rápidamente en extraños conflictos tanto como político como periodista. Un ejemplo: en 2014, el autor de Zeit Jochen Bittner y un colega escribieron un artículo sobre la política exterior alemana. [\(176\)](#) El artículo trata de la Conferencia de Seguridad de Múnich y de un discurso del presidente alemán Gauck, que apoya las misiones alemanas en el extranjero. El discurso de Gauck es elogiado en el artículo de Zeit. Lo que el lector no aprende: El discurso de Gauck se basaba en parte en un proyecto de la organización transatlántica German Marshall Fund, que lo había elaborado junto con el Instituto Alemán de Asuntos Internacionales y de Seguridad (financiado por el Ministerio de Asuntos Exteriores alemán). Y el periodista de Zeit Bittner participó directamente en la elaboración del proyecto, trabajó en él. [\(177\)](#) El propio Bittner lo denomina "documento de ideas abiertas", es decir, una especie de documento de tesis. [\(178\)](#) Un artículo sobre el tema afirma:

Sin embargo, según Bittner, es cierto que en el transcurso de 2013 "participó en un grupo de debate organizado por la Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP) y la GMF". El objetivo del grupo era preparar un documento de tesis con respecto a una nueva estrategia de seguridad alemana. Sin embargo, según Bittner, se trataba simplemente de un "documento de ideas abiertas". [\(179\)](#)

Un abogado señala a este respecto:

Bittner no se limitó a participar en una conferencia o ronda de debates del GMF y el SWP (...). Se trataba más bien de un proyecto que se prolongó durante un año y que dio lugar a un documento sobre la política exterior y de seguridad alemana. Por lo tanto, este proyecto tenía más el carácter de un grupo de reflexión, que también hace recomendaciones concretas sobre una amplia variedad de aspectos. (180)

Así escribió Bittner en Die Zeit sobre un discurso que había sido preparado en partes por la organización de lobby German Marshall Fund y SWP junto con Bittner, que se celebró con ocasión de un evento de lobby pro-americano, la Conferencia de Seguridad de Múnich. Y el lector no tenía ni idea de que Bittner estaba obviamente alabando lo que él mismo había coescrito previamente, al menos en parte, como "documento de ideas abiertas". Todo esto es tan absurdo que el programa satírico Die Anstalt también se ocupó del tema. Sólo después Die Zeit publicó la siguiente nota bajo el artículo en línea:

Nota del editor: En este artículo del ZEIT nº 7/14, los autores mencionan, entre otras cosas, un proyecto de estudio de la Stiftung Wissenschaft und Politik y el German Marshall Fund sobre los elementos constitutivos de una estrategia alemana de seguridad. Uno de los autores del artículo, Jochen Bittner, participó en este proyecto. (181)

El mencionado programa Die Anstalt del 29 de abril de 2014 también entró en detalles sobre la propaganda utilizada por los medios de comunicación alemanes para alabar a Washington y denunciar a Moscú. Una escena mostraba un gráfico con los nombres de cinco destacados periodistas alemanes: Stefan Kornelius, del Süddeutsche Zeitung, Josef Joffe y Jochen Bittner, de Die Zeit, y Günther Nonnenmacher y Klaus-Dieter Frankenberger, del Frankfurter Allgemeine. Encima figuraban los nombres de doce think tanks transatlánticos -entre ellos el Instituto Aspen, la Comisión Trilateral, el Consejo Alemán de Relaciones Exteriores y la Academia Federal de Política de Seguridad- en los que "líderes militares, empresarios y políticos discuten estrategias de política exterior en un ambiente discreto", según rezaba el texto. Los guiones marcaban las conexiones previas entre los cinco periodistas y los think tanks progubernamentales. El resultado fue una densa red.(182) "Entonces todos estos periódicos son como las ediciones locales de la oficina de prensa de la OTAN", decía el programa. Esto desencadenó fuertes protestas de los medios de comunicación mencionados. El científico especializado en medios de comunicación Uwe Krüger declaró más

tarde: "Supongo que la presión ha aumentado bastante después de un programa de televisión con una audiencia de millones de personas". En cualquier caso, son visibles tormentas de mierda bajo los artículos en línea, y al parecer también hubo cancelaciones de suscripciones".

En el New York Times estarían prohibidos enredos como los que ha habido en el Zeit. Con nosotros es diferente. Con nosotros se llama "periodismo de calidad". Y uno podría tener la impresión de que esos otros periódicos alemanes que se comportan de forma similar con los numerosos grupos de presión estadounidenses son en realidad algo así como las ediciones locales de la oficina de prensa de la OTAN.

Pero, ¿cómo reaccionó Die Zeit ante el programa satírico Die Anstalt?

Josef Joffe, editor de DIE ZEIT, se quejó al redactor jefe de la ZDF, Peter Frey, de supuestas tergiversaciones en el programa satírico. La redacción de "Anstalts" tuvo que hacer frente a las cartas de cese y desistimiento que le enviaron el editor y un redactor del diario liberal. Y Stefan Kornelius, editorialista del Süddeutsche Zeitung, rechazó las críticas sobre su proximidad a la élite en una entrevista concedida a la revista mediática Zapp, de la NDR.

[\(183\)](#)
Josef Joffe, que entretanto se ha vuelto extremadamente controvertido incluso entre colegas, y que en mi opinión está arruinando con su descaro la reputación del antaño tan renombrado semanario Die Zeit, se empeña en afirmar, al igual que los demás periodistas mencionados por su nombre en el programa de la ZDF, que las organizaciones a las que pertenece o ha pertenecido no son organizaciones de grupos de presión. Según confesión propia, Joffe ya no es miembro del Aspen Institute, del ACG ni de Atlantik-Brücke. Joffe afirma que el equipo de la ZDF "cayó en la trampa" de la tesis doctoral de Uwe Krüger, un investigador mencionado con frecuencia en este libro, que investigó las conexiones en red del pasado. [\(184\)](#) En lugar de Josef Joffe, yo habría tenido cuidado con la palabra "engañado". Porque Joffe, que se considera serio, fue certificado por el periodista de medios Stefan Niggemeier en 2014 poco antes de haber difundido tonterías en forma de bulo periodístico, porque en uno de sus artículos cayó en una "agencia ficticia de tormentas de mierda". [\(185\)](#)

Según informan los medios de comunicación, los periodistas de Die Zeit han obtenido incluso una orden judicial contra el programa satírico para que deje de emitirse la contribución citada del programa satírico Die Anstalt. Un informe al respecto dice: "Para un buque insignia como Die Zeit, la acción legal de Joffe y Bittner contra ZDF equivale a un juramento periodístico de divulgación.

Lamentablemente, los grandes periódicos como SZ, FAZ o Spiegel no informan sobre la disputa de Joffe y Bittner con ZDF. Un sinvergüenza que piensa mal".
(186)

Ha leído bien: Un periódico supuestamente " independiente " y supuestamente " democrático " actúa contra la sátira. ¡La prensa "libre" contra la sátira! Los que aún no hayan adivinado cuál es el estado de nuestros medios de comunicación de calidad, han recibido aquí la respuesta a más tardar.

Curioso: incluso después de que Josef Joffe asegurara en una carta el 2 de mayo de 2014 que no era "miembro del Aspen Institute, ACG y Atlantic Bridge", se le seguía mencionando por su nombre en estas organizaciones en su propia página web de la Universidad de Stanford, donde imparte clases, incluso meses después. Allí se decía (guardé una captura de pantalla) sobre las numerosas funciones de Joffe:

Consejos: Academia Americana de Berlín, Universidad Internacional de Bremen, Universidad Ben Gurion, Israel; Fundación Goldman Sachs, Nueva York; Instituto Aspen de Berlín, Instituto Leo Baeck, Nueva York; Fundación Alemana para la Infancia y la Juventud, Berlín; Consejo Asesor Europeo, Hypovereinsbank, Múnich (2001-2005). Consejos editoriales: The American Interest, (Washington); International Security (Harvard), y Prospect (Londres), The National Interest, Washington (1995-2000). Patrono: Atlantik-Brücke (Berlín), Deutsches Museum (Múnich), Abraham Geiger College (Berlín). Miembro: American Council on Germany, Intl. Institute for Strategic Studies.

(187)
Alguien debe haber perdido la cuenta de todas las redes confusas. O la persona que mantiene la citada página web tampoco tiene ya una visión clara. Y sólo después de haber leído dos veces el autorretrato de Josef Joffe me di cuenta de lo que se podía leer allí entre las muchas otras declaraciones: Se sentó en el consejo asesor del Hypovereinsbank. Y formó parte de la Fundación Goldman Sachs.

¿Qué hace un periodista alemán en la oscura Fundación Goldman Sachs? El Handelsblatt advertía de ello a sus lectores con las siguientes palabras:

(La agencia de noticias) Reuters duda de las actividades de la Goldman Sachs Foundation, una fundación benéfica mundial creada por el grupo Goldman Sachs. El hecho de que la declaración de la renta de la fundación conste de más de 200 páginas a un solo espacio demuestra la intensidad con la que la propia Goldman invierte y actúa en su propia organización benéfica. Resulta extraño

que Goldman haya ingresado 501 millones de dólares en la fundación desde 1999, pero sólo haya distribuido una fracción de alrededor del cinco por ciento y lo haya invertido en proyectos, el mínimo exigido para obtener el estatus de organización benéfica. Al final, la propia Goldman se beneficia de la mayoría de las actividades de la fundación. Reuters cita como ejemplo la Asia Society de Park Avenue, en Nueva York: una "tertulia" donde los banqueros de Goldman "adulan" a sus clientes extranjeros. '(188)

Goldman Sachs es el epítome de esa élite financiera estadounidense rapaz que obtuvo miles de millones de beneficios cuando la gente corriente perdió sus casas y ahorros en plena crisis financiera y económica. Y la oscura fundación de los rapaces banqueros de Goldman sirve para pulir la andrajosa reputación de los chantajistas. Entonces, ¿qué hacía un periodista alemán en la Fundación Goldman Sachs? No podía ser peor. ¿No?

Fórmate una opinión

¿Recuerda al líder comunista chino MaoTse-tung? Al hombre le encantaba el culto a la personalidad. Los medios de comunicación tenían que rendirle homenaje constantemente. Si Mao hubiera podido asistir al sexagésimo cumpleaños de Angela Merkel, probablemente se habría puesto verde de envidia. Mao obligó a los medios de comunicación de su país a alabarle bajo la amenaza de castigos draconianos. Y hoy en día, este tipo de cosas son, obviamente, totalmente automáticas en los medios de comunicación alemanes. Todo el mundo adora a "Mutti". A la vanguardia del moderno culto a la personalidad: el diario Bild.[\(189\)](#)

La profesora Brigitte Witzer afirma que vivimos en una "dictadura de los estúpidos", en una "idiocracia".[\(190\)](#) Nuestra sociedad se está volviendo estúpida. El periódico Bild también está a la vanguardia de este embrutecimiento. La profesora Witzer ha observado cómo nuestros principales medios de comunicación se "informan" desde Bild, escribe:

Por supuesto, hay diferencias entre Bild y otros periódicos, por ejemplo nuestros antiguos medios de calidad FAZ o Süddeutsche Zeitung, que preparan información para sus grupos de lectores sobre una base suprarregional y con un alto nivel de exigencia. También toman ejemplo de Bild a la hora de fijar la agenda del debate público. Al menos eso es lo que me dice mi experiencia personal en un café de Prenzlauer Berg, donde pude seguir en carne y hueso durante tres años los hábitos de lectura de periódicos de un conocido redactor del FAZ. Él con una imagen, yo sin palabras. Puede que se trate de una excepción, pero estoy rodeado de personas que se ganan la vida en los medios de comunicación y, sinceramente, no oigo otra cosa. Por eso quiero seguir con ello: Bild marca la agenda. Está intelectualizado y enriquecido con conocimientos, incluso ampliados en FAZ y Süddeutscher (...). Así que el reportaje tiene un nivel diferente. ¿Pero tiene un objetivo diferente?

¿Cuál es el "objetivo" del diario Bild? ¿Y qué ocurre en el fondo?

El ex canciller alemán Gerhard Schröder dijo una vez que todo lo que necesitaba para gobernar era "Bild, BamS y Glotze". Con el poder sobre unos pocos medios de comunicación, se puede dirigir fácilmente a las masas. Lo principal es que unos pocos líderes de opinión sigan de buen grado el juego de la manipulación de las masas. Cuando hayas leído los siguientes capítulos,

probablemente verás medios como Bild, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine, Zeit, ZDF y ARD con ojos completamente diferentes.

Heinz Oskar Vetter, antiguo presidente de la Confederación Alemana de Sindicatos (DGB), dijo una vez: "Quien entra en la foto, muere en ella". Pero hoy Bild ha llegado al centro de la sociedad. Ya no tiene mala reputación que se le asocie con el periódico. Incluso los periodistas serios lo aceptan como fuente de información. Artistas como Marius Müller-Westernhagen o Veronika Ferres han hecho publicidad para Bild. Aún recordamos los grandes carteles en los que celebridades como Til Schweiger, Armin Rohde, Thomas Gottschalk, David Garrett, Udo Lindenberg, Michelle Hunziker, Peter Scholl-Latour, Katharina Witt o Bill Kaulitz daban su opinión a Bild. El objetivo de la campaña era ofrecer a "celebridades de alto nivel un escenario" para "compartir sus opiniones abiertas, honestas y sin rodeos sobre BILD".

El ex presidente federal Richard von Weizsäcker anunciaba Bild con las palabras: "'Bild': Política apasionante, estilo (colorido)". El cartel con Alice Schwarzer, activista por los derechos de la mujer y evasora fiscal, decía: " Toda verdad necesita una mujer valiente que la diga". Peter Scholl-Latour declaró: "Lo que más me interesa de 'Bild' es que refleja las grandes corrientes de opinión, y a veces incluso las pone en marcha". El jugador de balonmano Stefan Kretzschmar afirmó descaradamente: " 'Bild' puede desarrollar titulares, pero 'Bild' nunca tiene una opinión". El ex ministro de Asuntos Exteriores Hans-Dietrich Genscher: " Cuando leo 'Bild' - a diario - aún no sé lo que piensa Alemania, lo que siente, pero sí lo sé - según 'Bild'." [\(191\)](#)

Bild - Zeitung es el periódico alemán de mayor tirada. Tiene una tirada diaria de pago de unos 2,4 millones de ejemplares. El grupo objetivo de Bild no es ni el profesor universitario ni el trabajador no cualificado, sino el consumidor medio. El 63% de los lectores son hombres, el 43% de todos los lectores tienen el título de bachillerato con aprendizaje, el 35% el título de bachillerato medio y el 4% el título de acceso a la universidad. El 7% de los lectores son autónomos, el 34% empleados o funcionarios y el 37% trabajadores cualificados. En total, Bild llega al 18% de los alemanes, casi uno de cada cinco. 4,3 millones de mujeres y 7,3 millones de hombres leen Bild a diario, durante una media de 45 minutos.

Para los estudiantes rebeldes de 1968, Bild seguía siendo el periódico incendiario a cuyos eslóganes podía referirse el asesino de Dutschke. Después ardiaron los camiones de la editorial Springer. Heinrich Böll creó un monumento literario al conflicto con su novela "El honor perdido de Katharina Blum". Hoy, todo eso hace tiempo que se olvidó. Hoy Bild está de moda. El periódico se lo

debe sobre todo a una persona: Kai Diekmann. A más tardar, el titular "Somos Papa", creado bajo su dirección, le catapultó al Olimpo de los creadores lingüísticos.

En su propia publicidad, Bild sigue llamándose "independiente" y "apartidista". Pero, ¿lo es realmente Bild o lo ha sido alguna vez? Cada vez que los redactores de Bild me pedían textos, una entrevista o una colaboración, siempre se daban las respuestas o los "resultados de la investigación", al menos en cuanto a la dirección. Esto coincide con la información de un estudio de la Fundación Otto Brenner de 2011, que dice sobre los editores del Bild:

Los redactores desarrollan sus historias menos en función de la realidad que de su eficacia. Lo que no encaja en el patrón se hace encajar. Los redactores preguntan descaradamente a los posibles entrevistados si están dispuestos a expresar la opinión deseada, y muchos entran en el juego. [\(192\)](#)

Se tiene la misma impresión manipuladora cuando se analiza la columna "ganadores/perdedores" que se imprime desde hace décadas. Estadísticamente, los políticos de derechas son claramente los ganadores más a menudo que los políticos de izquierdas a lo largo de los años. [\(193\)](#)

Michael H. Spreng, antiguo redactor jefe de Bild am Sonntag, ha tenido experiencias muy distintas con esta columna:

Bild y yo tenemos una relación clara desde el 1 de enero de 2001: Bild-Zeitung no me quiere y ellos no me quieren. Para mí, esto se expresa en vulgaridades ocasionales entre millones. En 2002, cuando trabajaba para Edmund Stoiber, fui "IM Cohiba" en la columna de Oskar Lafontaine porque de vez en cuando fumaba buenos puros con Gerhard Schröder. Más recientemente, fui uno de los "30 tertulianos más molestos" y en 2004, cuando asesoraba a Jürgen Rüttgers, fui "perdedor del día". Así fue como ocurrió: Rüttgers recorrió Renania del Norte-Westfalia durante la campaña electoral con su formato de tertulia "Rüttgers - ganz persönlich". En Bielefeld, los aplausos fueron escasos, lo que me llevó a hacer el comentario -sin duda descuidado- delante de dos o tres personas de que uno conoce el bajo nivel de entusiasmo en Westfalia. Cuando una persona de Bielefeld asiente con la cabeza, eso ya es un aplauso extático. Lo que yo no sabía: el jefe de Bild, Kai Diekmann, creció en Bielefeld y por eso me convertí en el "perdedor del día" en la página 1 al día siguiente. [\(194\)](#)

El estudio publicado en 2007 titulado "Bild - unabhängig - überparteilich? Die Wahlberichterstattung der erfolgreichsten Boulevardzeitung Deutschlands" (¿Independiente - no partidista? La cobertura electoral del periódico sensacionalista más exitoso de Alemania) también ofrece una imagen poco halagüeña de Bild:

En la noche electoral de las elecciones al Bundestag de 2005, Gerhard Schröder arremetió duramente contra los medios de comunicación en la ronda de debates de los principales políticos de los partidos del Bundestag en el programa de la ZDF "Berliner Runde". El Canciller, de quien se dice que una vez afirmó que todo lo que necesitaba para gobernar era "Bild, BamS y Glotze" (...), se quejó en tono agresivo de las maquinaciones de los medios de comunicación. Afirmó que tenía que hacer campaña contra "lo que allí se escribía y emitía" (Schröder en el programa "Berliner Runde", ZDF). ¿Qué hay de cierto en estas acusaciones? ¿Querían los medios de comunicación provocar el cambio de gobierno? Esta pregunta es especialmente interesante en relación con los medios de Springer, ya que estos periódicos, y en particular el Bild-Zeitung, fueron acusados cada vez más de favorecer a los partidos de la CDU/CSU durante el mandato de Schröder (...). Tras las elecciones, los vínculos de la editorial con la Unión quedaron demostrados cuando Friede Springer, viuda del fundador de la editorial Axel Springer y accionista mayoritaria de la empresa, se sentó en la tribuna de visitantes del Bundestag cuando Angela Merkel fue elegida canciller. Entonces, ¿tenía Schröder que gobernar o hacer campaña contra Bild-Zeitung en lugar de con la ayuda de este periódico? ¿Y pudo Merkel contar con el apoyo del tabloide incluso durante la campaña electoral?(195)

Muchos estudios de científicos de la comunicación pintan el mismo cuadro. En las elecciones federales, hubo publicidad electoral directa para los partidos CDU/CSU, aunque el periódico Bild se describe a sí mismo como "no partidista" y en el pasado condenó una recomendación electoral explícita del Financial Times Deutschland. No sólo en 2002, sino también en las elecciones al Bundestag de 2005 (196) y en 2009, el periódico publicó anuncios electorales de los partidos de la Unión y de Angela Merkel, que en su día fue funcionaria de propaganda de la FDJ en la RDA.(197)

El objetivo de Bild, según mi experiencia subjetiva, no es en absoluto el periodismo independiente. El objetivo es obtener el mayor beneficio posible para la editorial Springer. Y para ello, Bild utiliza todos los métodos de publicación sin tener en cuenta las reglas, ya se trate de periodismo, relaciones públicas,

publicidad o relaciones públicas clásicas. Si lo que se publica es información veraz sobre noticias importantes no se decide según una necesidad democrática o una norma periodística, sino según el balance de la empresa. El periodismo en Bild no es un oficio respetable cuyas reglas pongan límites al negocio. El periodismo aquí es carne de cañón para obtener beneficios. Y el periodismo de Bild es manipulación de masas. Como socio de las élites políticas. [\(198\)](#)

Periodismo de padrinos:

Forma tu poder

El ejemplo más impresionante de la incomparable cercanía entre periodistas y élites es cuando los periodistas se convierten en testigos de la boda de políticos o viceversa. Cuando Helmut Kohl se casó con su compañera Maike Richter en 2008, Bild estuvo allí. Daniel Biskup, el fotógrafo favorito de Kohl, tomó fotos. Y Kai Diekmann, redactor jefe de Bild, informó sobre la boda. Diekmann, junto con Leo Kirch, fue padrino en la boda de Kohl.[\(199\)](#) Igual que Kohl fue padrino en la boda de Diekmann en 2002.[\(200\)](#) La separación entre política y periodismo no está tan clara [\(201\)](#). ¿Significa Bild "Bild Dir Deine Macht"? ("Construye tu poder"). En retrospectiva, los numerosos reportajes positivos de Bild sobre Kohl en el pasado aparecen bajo una luz completamente diferente. Incluso en la vecina Francia, el periodismo sobre padrinos de boda no es algo desconocido. El periodista francés Augustin Scalbert escribió sobre un padrino que era dueño de los medios de comunicación franceses cuando Sarkozy aún era presidente francés:

El multimillonario Bernard Arnault, por ejemplo, propietario del diario económico más importante de Francia (Les Echos) y del mayor grupo de artículos de lujo del mundo (LVMH), es sencillamente amigo de Sarkozy. Esta amistad es profunda -también fue padrino en la boda de Sarkozy- y cuando "sólo" era propietario de La Tribune (competidor de Les Echos), el periódico apoyaba a Sarkozy incondicionalmente y de vez en cuando en detrimento de Ségolène Royal, compañera de candidatura a la presidencia.[\(202\)](#)

El Süddeutsche Zeitung describió en 2010 en un impresionante reportaje cómo funciona en Francia este periodismo "best man":

Cuando el verano pasado, en plena campaña electoral, la foto de la mujer de Sarkozy con otro hombre apareció en la portada de Paris Match, el equivalente francés del Star, el político conservador cogió el teléfono. Llamó al editor de Paris Match, un tal Arnaud Lagardère, que por cierto posee el mayor imperio de revistas del mundo. Pronto el redactor jefe de Paris Match estaba buscando un nuevo trabajo. También es práctico que Lagardère sea propietario de Europe 1,

una de las emisoras de radio más escuchadas del país, donde a menudo invitaban a Sarkozy a una entrevista en horario de máxima audiencia cuando estaba en apuros. El empresario y heredero posee también una participación minoritaria en el respetado diario Le Monde, que apenas se nota. También posee revistas (Elle), el dominical Journal du Dimanche y varios periódicos regionales. (...) El canal privatizado, antes público, pertenece a uno de los mejores hombres de Sarkozy, Martin Bouygues. También es propietario del tercer proveedor francés de telefonía móvil. Bouygues fue el padrino de uno de los hijos de Sarkozy. (...) El hecho es que el segundo mejor hombre de Sarkozy es Bernard Arnault, que a través del grupo de lujo LVMH posee no sólo marcas tan ilustres como Louis Vuitton, Kenzo y Givenchy, sino también los periódicos económicos La Tribune e Investir.(203)

Pero no sólo existe el periodismo de padrinos. Bild también involucra a los políticos de una manera completamente diferente. De forma muy inteligente. Por ejemplo, dice sobre el político del SPD Rudolf Scharping:

Hubo una cercanía especial entre el político del SPD Rudi Scharping y "Bild am Sonntag". En BamS presentó a su nueva pareja, para BamS se afeitó exclusivamente la barba. Y para BamS, como jefe del grupo parlamentario del SPD, escribió sobre su mayor pasión - aparte de la política - el Tour de Francia. Todos los sábados por la tarde, el "Reportero Rudi", como le llamaban en la redacción, daba su informe, que el director de deportes Bodo Müller plasmaba de forma periódicamente agradable. Por ello, Scharping también recibía unos jugosos honorarios, la mayoría en metálico.(204)

¿Qué es lo que mueve a Kai Diekmann?

La receta del éxito de Bild es sencilla: el periódico exprime todas las facetas de la vida humana en unas pocas páginas, día tras día. Y lo hace en un estilo narrativo que, como una novela de diez centavos, no plantea grandes exigencias al lector. El amor y el odio, la lealtad y la traición, la felicidad y la desesperación, las enfermedades mortales, el crimen y la política como lucha de poder y prueba de fuerza, y todo ello presentado de forma emotiva, personalizada, simplificada y extremadamente confrontativa. Para los lectores de Bild, lo importante no es lo objetivamente importante, sino lo que emociona al mismo tiempo. La noticia periodística clásica tiene en Bild como mucho una función simbólica. Si se informa de acontecimientos políticos aburridos, como congresos de partidos o declaraciones del Gobierno, se buscan elementos emocionales y se personalizan las noticias complejas. La atención del lector se desvía de lo objetivamente importante y se desvía hacia asuntos triviales, por ejemplo, mediante pseudorevelaciones. El lector se distrae así de los verdaderos problemas de la política y la sociedad. El periódico Bild es como una bolsa mágica de la que cada día cae el mundo entero, en bocados fácilmente comprensibles. Cuando Der Spiegel informa sobriamente sobre un golpe militar en Tailandia, la dimisión del rey español y los complots de la OTAN contra Rusia, Bild pregunta a sus lectores en letras gigantes: "¿Quién tiene todavía el número de teléfono móvil de Angela Merkel?([205](#)) Y luego Bild lo aclara para que todos los lectores sepan en el futuro quién tiene el número de móvil de Merkel:

Pueden contactar directamente con ella la jefa de gabinete Beate Baumann (50), la asesora Eva Christiansen (44), el portavoz del Gobierno Steffen Seibert (53), el ministro de la Cancillería Peter Altmaier (55) y algunos asesores como Christoph Heusgen (59, política exterior), Lars-Hendrik Röller (55, economía) y Nikolaus Meyer-Landrut (54, Europa), que pueden enviarle información por SMS durante negociaciones importantes. Importante: A la Canciller no le gusta nada que le pasen el número o que sus confidentes alardeen de tener el número de Merkel. El 7 de mayo incluso cambió de número, enviando un mensaje bilingüe (alemán e inglés) con la nueva extensión ("Tengo un nuevo número de móvil"...), también porque quería volver a estrechar el círculo de amigos del móvil.

Por supuesto, Bild también tiene un número de teléfono de la canciller. Por supuesto que el redactor jefe podría localizarla rápidamente. Pero el lector no se entera. Desde enero de 2001, Kai Diekmann es redactor jefe de Bild y editor de Bild y Bild am Sonntag. Mientras investigaba sobre este libro, encontré un pie de foto interesante. Debajo de una foto en la que aparecen el redactor jefe de Bild y Angela Merkel dice:

Imagen significa poder. Y eso significa que Angela Merkel viene a veces a la fiesta de verano del periódico (aquí en 2008)...(206)

Diekmann y Merkel se conocen bien. Muy bien. Ambos son miembros de Atlantik-Brücke, Diekmann es incluso miembro de la junta directiva.

La Asociación Alemana de Periodistas se ha pronunciado claramente sobre este tipo de actividades. En verano de 2014, la asociación anunció:

La Asociación Alemana de Periodistas ha subrayado el papel de los periodistas como observadores en la actual disputa sobre la pertenencia de los periodistas a organizaciones de lobby. "La independencia y la credibilidad del periodismo exigen que los periodistas no desempeñen un papel activo en las organizaciones sobre las que informan", ha declarado Michael Konken, Presidente Nacional de la DJV. (207)

Diekmann aprecia a Merkel. Y Merkel aprecia a Diekmann. Y el periódico Bild escribe de todo sobre Angela Merkel a las órdenes de Diekmann, pero nada negativo. Por ejemplo, el hecho de que Angela Merkel es la más poderosa comedora de uñas de Alemania. Sí, la canciller se muerde las uñas. Igual que hacía el ex primer ministro británico Gordon Brown. O el editor del FAZ Frank Schirmacher, fallecido en 2014, en las grandes conferencias editoriales. Hubiera sido el tema ideal para Bild - Zeitung. Pero Bild permaneció en silencio. (208)

Merkel probablemente aprendió del poderoso Helmut Kohl lo importante que es Bild - Zeitung para un canciller alemán. Kohl, que fue Canciller de 1982 a 1998, conoció a Diekmann cuando era corresponsal parlamentario de Bild en Bonn, entonces capital de Alemania, en la segunda mitad de los años ochenta. Al principio, a Kohl no le gustaba Diekmann porque tenía el pelo largo y llevaba coleta. Cuando Kohl quería una entrevista en Bild, decía al periódico, en alusión a Diekmann: "¡No envíes al del pelo largo! (209) Michael H. Spreng, consultor de medios de comunicación y director editorial del programa de entrevistas Menschen bei Maischberger, escribe en su blog qué fue de él entonces:

Con los años, Diekmann ha calado hondo en la confianza de Kohl y ahora está más cerca del ex canciller que de sus hijos, al menos en lo que se refiere a la asistencia a celebraciones familiares. Y Diekmann tiene el tacto suficiente para no mencionar la ausencia de los hijos de Kohl en bodas o cumpleaños, o sólo para hacerlo discretamente. (210)

Bajo el mandato de Kai Diekmann, muchos políticos se hicieron grandes, y luego volvieron a ser derribados. Un ejemplo fue Theodor zu Guttenberg, durante un tiempo ministro de Defensa. Posó en primera fila para la primera página del periódico Bild. Su mujer era embajadora de la campaña de Bild "Un corazón para los niños". Apenas había un día de Bild sin Gutti. Incluso cuando surgieron críticas por el viaje de su esposa a Afganistán, Bild escribió: "Creemos que es buena". Una redactora de Bild am Sonntag, Anna von Bayern, escribió una cariñosa biografía de Guttenberg. Guttenberg presentó el nuevo libro del jefe de la oficina parlamentaria de Bild, Nikolaus Blome. Uno de los parientes de Guttenberg, Karl Ludwig von Guttenberg, era entonces jefe adjunto de personal de Bild - Bundesausgabe. Muchos lectores tampoco sabrán que Guttenberg hizo prácticas en la editorial Springer (Welt). No hay duda: Guttenberg estaba extremadamente cerca de Bild de Springer - y Bild estaba extremadamente cerca de Guttenberg. Como extraño, uno sólo podía preguntarse quién estaba realmente dirigiendo esto. Era un toma y daca: Guttenberg hizo feliz a Bild con una campaña publicitaria millonaria en la que el Ministerio de Defensa solicitaba voluntarios para la Bundeswehr. (211) - aunque Bild no tiene precisamente muchos lectores jóvenes. Este tipo de contratos exclusivos, en los que fluye el dinero de los contribuyentes, sólo existían con Springer. Por otro lado, Bild colmó de elogios a Guttenberg. Guttenberg fue empujado por Bild a convertirse en la estrella de la política. La cercanía entre Bild y Guttenberg apenas podía describirse. Un ejemplo fue el asunto Gorch-Fock, sobre los abusos en el buque escuela de vela alemán. Guttenberg advirtió primero contra los "prejuicios", y luego suspendió al comandante de sus funciones tras la llamada de un redactor de Bild.

En 2013, el periodista Michael H. Spreng informó sobre la "corrupción algo diferente" entre la política y Bild:

También hay formas de corrupción en la relación entre políticos y periodistas, pero ninguna que tenga que ver con el dinero. Y ninguna que tenga relevancia penal. Es diferente: el político permite la proximidad y da información confidencial o se pone a disposición como figura para proyectos de un periódico

o una editorial. A cambio, el periódico le da cobertura positiva, le otorga importancia. Normalmente, estas relaciones comerciales permanecen secretas, sólo las consecuencias son públicamente observables. A veces, sin embargo, una acción poco meditada rompe esa red de relaciones: en este caso, la embarazosa foto del jefe de BILD, Kai Diekmann, y el ministro de Economía del FDP, Philipp Rösler. Muestra un abrazo exuberante, un político y un periodista como dos amantes que por fin se reencuentran tras una larga separación. También en este caso, una foto dice más que mil palabras. Y puntualmente, un público crítico se preocupa por la historia que hay detrás. Durante semanas, el BILD ha estado alabando al líder del partido del cuatro por ciento como "Sr. Guay" o "Ministro Guay", mientras que Rösler, a su vez, hace de bufón publicitario y abre puertas para los intentos de Springer de vincular más estrechamente la escena de las start-ups a la editorial. Uno podría pensar que es una situación en la que todos ganan. Pero la foto la convierte en una situación en la que todos pierden. Dos hombres que deberían estar enfrentados a una distancia profesional crítica caen abrazados. Con la foto, la credibilidad profesional de ambos hombres cae. La foto perseguirá a ambos durante mucho tiempo y les alcanzará una y otra vez. En el próximo reportaje de BILD sobre Rösler o en la próxima aparición de Rösler en o a beneficio de la editorial Springer. Igual que Karl Theodor zu Guttenberg fue atrapado por su pretenciosa foto de Times Square. Él también había utilizado BILD como impulsor de su carrera - y BILD le había utilizado a él. El final es bien conocido.(212)

En 2011, el Frankfurter Rundschau intentó aclarar la cuestión de cómo funcionaba esta proximidad. Y lo redujo todo a unas pocas frases tras muchos intentos de explicación:

A diferencia de otros periódicos, en los que los redactores jefe dan libertad a sus redactores y jefes de departamento, Bild funciona según el principio del cuello de botella: todo tiene que pasar por la redacción del redactor jefe, Bild es el producto de Kai Diekmann. Bild es Diekmann. (213)

¿Qué es lo que mueve a este Kai Diekmann? En conversaciones personales en la redacción del Bild, he llegado a conocerle repetidamente como una persona simpática y absolutamente fiable. Pero también como un buscador de poder. Y un conservador hasta la médula. Diekmann es miembro de la fraternidad Franconia de Münster (214) Diekmann se convirtió en Frankone en 1983, lo abandonó en 1985 y más tarde se reincorporó.(215) Aunque quisiera, Diekmann no podría

afiliarse al SPD. Porque allí hay una resolución de incompatibilidad: Quien es miembro de una fraternidad no puede ser miembro del SPD. [\(216\)](#) Quien pertenece a una fraternidad forma parte automáticamente de una red gigantesca. Muchos políticos y empresarios pertenecen o han pertenecido a este tipo de fraternidades: El político de la CSU Markus Söder pertenece a los Teutones de Nüremberg, el político de la CDU Bernhard Vogel pertenece a Arminia en Maguncia, el político austriaco del FPÖ Heinz-Christian Strache pertenece a Vandalia Viena, el político de la CSU Hans-Peter Uhl pertenece a Arminia-Renania en Múnich, el político de los Verdes Rezzo Schlauch pertenece a Saxo-Silesia en Friburgo, el político de la CSU Peter Ramsauer pertenece a Franco-Baviera en Múnich, el político de la CSU Edmund Stoiber pertenece a la fraternidad estudiantil católica K. D. St. Trifels en Múnich, el antiguo jefe del BND y Ministro de Asuntos Exteriores Klaus Kinkel es miembro de la fraternidad estudiantil católica A.V. Guestfalia en Tubinga, el antiguo Primer Ministro de Baden-Württemberg y actual político de la UE Günther Oettinger es miembro de la Landsmannschaft Ulmia en Tubinga, y el antiguo Presidente del Consejo de Supervisión de Allianz Henning Schulte-Noelle obtuvo su gran cicatriz en la cara, el Schmiss, de una fraternidad estudiantil de paliza. El investigador de élite Stephan Peters afirma que nadie vende en público que pertenece a una fraternidad estudiantil. Pero es una red que funciona bien, con decenas de miles de miembros. [\(217\)](#)

Las conexiones son importantes. Pero ¿qué otras conexiones tiene el periodista Diekmann además de su antigua fraternidad estudiantil? Desde 2004 forma parte del consejo asesor del diario turco Hürriyet. [\(218\)](#) Hay que conocer su amor por Turquía para saber por qué Bild - Zeitung publica a veces artículos enteros en turco. Diekmann quiere que Turquía se convierta en miembro de la UE. Y dice:

Paso regularmente mis vacaciones en Turquía con amigos turcos. Mi asistente personal tiene raíces turcas. (...) Incluso diría que soy el redactor jefe más turco de la historia de Bild. [\(219\)](#)

Springer, el empleador de Diekmann, tiene intereses financieros en Turquía. Todo esto es información que se puede investigar en alguna parte y de alguna manera. Mucho más interesante, sin embargo, es la información que muestra cómo los hilos de una red de élite se mueven en segundo plano y a menudo se nos ocultan. Leamos un artículo del Frankfurter Allgemeine Zeitung del 24 de febrero de 2011 con el titular:

Zu Guttenberg, "Bild" y el Puente Atlántico [\(220\)](#)

El jefe de la sección de política exterior del FAZ, Klaus-Dieter Frankenberger, informaba allí de la confusión por un llamamiento a los antiguos alumnos "Jóvenes Líderes" de la red de élite de Atlantik-Brücke. (Por cierto, el Puente Atlántico se anuncia con Klaus-Dieter Frankenberger, de lo que éste no informa al lector en su autorreportaje del FAZ. [\(221\)](#))

Una antigua directora gerente de la asociación, Beate Lindemann, había hecho un llamamiento a participar en la campaña de convocatoria del periódico Bild y pronunciarse a favor de que el ex alumno de "Jóvenes Líderes" Karl-Theodor zu Guttenberg siguiera en su cargo de Ministro de Defensa. Anteriormente, Bild había pedido en su portada una "¡Decisión Guttenberg! La junta directiva de Atlantik-Brücke volvió a distanciarse de este llamamiento. La noticia reseñada carece por completo de interés para nosotros y para la historia. Lo realmente interesante es que en el artículo se ocultó al lector un dato interesante: El propio Kai Diekmann es miembro del Puente Atlántico. Al igual que Guttenberg, participó en el programa "Jóvenes Líderes" en 1995. [\(222\)](#)

Este Puente Atlántico, del que Diekmann es miembro, también recibe el nombre de "logia secreta". [\(223\)](#) Y se considera "cercano a la CIA". En un informe de Markus Kompa dice:

La proximidad con la CIA ni siquiera se disimula, ya que el Puente Atlántico entrega oficialmente el premio Vernon Walters, dedicado a un subdirector de la CIA que participó en los golpes de Estado más sucios que se puedan imaginar, como en Irán (1954), Brasil (1964) y Chile (1973), y que llevó a cabo la subversión contra los sindicatos en Italia en los años sesenta. Los servicios de inteligencia orientales consideraban a Walters, un comunista acérrimo, como el autor intelectual. [\(224\)](#)

El mismo informe analiza también si la proximidad de algunos periodistas al Puente Atlántico puede influir en sus informaciones. Dice así:

Cualquiera que se pregunte por qué Bild-Zeitung y Spiegel están tan ansiosos por escribir contra Rusia e identifican reflexivamente las opiniones que difieren de la visión estadounidense como "antiamericanismo", probablemente encontrará respuesta cuando eche un vistazo a la lista de miembros. Con destacados periodistas haciendo los honores, no es de extrañar que los informes de prensa críticos sobre el Puente Atlántico estén casi ausentes. [\(225\)](#)

¿Es pura teoría de la conspiración creer que personas como Kai Diekmann están atrapadas en una determinada red de élites que también les influye en sus reportajes? Echemos un vistazo más de cerca a la red de élites en la que periodistas, políticos y empresarios se reúnen discretamente y a menudo a puerta cerrada. ¿Existe la "corrupción por proximidad"? No quiero ocultar en este punto que yo mismo pertenecí a partes de esta red - y fui corrompido por ella.

El Puente Atlántico

Tina Hassel, jefa del estudio de ARD en Washington, fue nombrada en 2014 sucesora de Ulrich Deppendorf a partir de mediados de 2015 y primera mujer al frente de la redacción del estudio capitalino de ARD. [\(226\)](#) El Presidente de ARD dijo: " Tina Hassel tiene exactamente el perfil que debe tener el jefe del Estudio ARD Capital". [\(227\)](#) Dio muchas razones para la decisión, sus anteriores puestos de corresponsal y sus cualificaciones de liderazgo. Otros conocidos periodistas también comentaron y señalaron las cualificaciones de Tina Hassel. Extraño: nunca se mencionaron sus conexiones con el Puente Atlántico. En cualquier caso, ella aparece allí en los documentos oficiales en una reunión en 2011/2012 y en el Grupo de Trabajo EE.UU. en el informe anual 2010/2011. [\(228\)](#)

Karl-Theodor zu Guttenberg, Kai Diekmann, Tina Hassel... muchos nombres de famosos están vinculados a una organización prácticamente desconocida para el público. Una organización a la que también se califica de "logia secreta" y "cercana a la CIA". [\(229\)](#) Cuanto más se busca, mayor es el asombro: Claus Kleber, director del heute-journal de la ZDF de 2003 a 2009 y presentador desde 2003, es miembro del patronato de la Fundación Atlantik-Brücke. [\(230\)](#) El periodista Stefan Kornelius, responsable de Asuntos Exteriores de SZ, admitió en una entrevista a la NDR ser miembro del Puente Atlántico. [\(231\)](#) El periódico tiene interés en que forme parte de la organización e incluso paga su afiliación. Él califica esta cercanía de "parte de mi negocio". [\(232\)](#) El científico de la comunicación Uwe Krüger había acusado a personas como Kornelius de ser afines al Puente Atlántico y afirmaba que los periodistas que allí militaban adoptaban su forma de pensar. Kornelius lo rechaza. El corresponsal en Estados Unidos del Süddeutsche Zeitung, Christian Wernicke, estuvo en un viaje de miembros de la organización en Washington en 2012. [\(233\)](#) También figura el conocido presentador de la ZDF Cherno Jobatey. [\(234\)](#) La influyente periodista Constanze Stelzenmüller. [\(235\)](#) también aparece en el Puente Atlántico [\(236\)](#) como el hombre de la ZDF Theo Koll [\(237\)](#)

¿Quién está detrás de esta extraña asociación? ¿Y quién ejerce influencia sobre quién? Por la lista de nombres hasta ahora, se podría pensar que se trata simplemente de una asociación de o para periodistas. Nada más lejos de la realidad. Porque se trata del poder de la opinión. Se trata de la soberanía de la opinión.

La "Atlantik-Brücke e. V." fue descrita en la edición de Spiegel del 29 de enero de 1958 como una "sociedad de antiguos funcionarios de la ocupación en la Alemania de posguerra". Por tanto, no es de extrañar que la "Atlantik-Brücke" publicara la hoja informativa en inglés "Meet Germany" para los soldados estadounidenses destinados en Alemania de 1957 a 1970. Al fin y al cabo, se trata de una organización de propaganda de la antigua potencia ocupante. ¿Por qué son miembros personas como el jefe del Bild, Kai Diekmann?

El Puente Atlántico es una asociación. [\(238\)](#) En Alemania hay unas 600.000 asociaciones. [\(239\)](#) Basta con echar un vistazo a la lista de personas cercanas a la organización o que incluso pertenecen a ella para darse cuenta de que el Puente Atlántico es algo muy especial entre el rifle y los clubes de criadores de conejos, de remo y de jardineros de huertos alquilados.

El antiguo tesorero nacional de la CDU, Walther Leisler Kiep, forma parte de la junta de la ilustre asociación como presidente honorario. También fue miembro del consejo de supervisión de Volkswagen y presidente de Atlantik-Brücke de 1984 a 2000. El presidente de Atlantik-Brücke es el político de la CDU Friedrich Merz, que también es miembro de la Comisión Trilateral. [\(240\)](#) una organización de presión fundada por David Rockefeller. El vicepresidente es el vicepresidente del Bundestag alemán, Edelgard Bulmahn (SPD), que también forma parte de la Comisión Trilateral de Rockefeller, una agrupación de intereses privados de la industria financiera. El consultor de gestión Burkhard Schwenker es también vicepresidente de Atlantik-Brücke. El tesorero es Andreas R. Dombret, un directivo bancario germano-americano que fue socio de Rothschild y ocupó un cargo directivo en Bank of America y ahora es miembro del consejo del Deutsche Bundesbank. [\(241\)](#) Richard von Weizsäcker, Presidente Federal de 1984 a 1994, es miembro honorario. En la página web de Atlantiker-Verein se nombra a los siguientes miembros de la Junta Directiva: Kai Diekmann, Axel Springer SE, Berlín; Jürgen Fitschen, Deutsche Bank AG, Fráncfort del Meno; Angelika Gifford, Hewlett-Packard GmbH, Böblingen; Dr.-Ing. Ing. Jürgen R. Großmann, Georgsmarienhütte Holding GmbH, Hamburgo; Dra. Ingrid Hengster, KfW Bankengruppe, Fráncfort del Meno; Professor Dr. Michael Hüther, Institut der deutschen Wirtschaft, Colonia; Wolfgang Ischinger, Allianz SE, Munich; Eckart von Klaeden, Daimler AG, Berlín; Alexander Graf Lambsdorff, MEP (ALDE), Parlamento Europeo, Bruselas; Secretario de Estado Christian Lange, MdB (SPD), Ministerio Federal de Justicia y Protección del Consumidor, Berlín; Philipp Mißfelder, MdB (CDU/CSU), Bundestag alemán, Berlín; Omid Nouripour, MdB (Bündnis 90/ Die Grünen), Bundestag alemán, Berlín; Lawrence A. Rosen, Deutsche Post AG, Bonn; Karsten Uhlmann,

Frankfurter Brauhaus GmbH, Frankfurt (Oder); Michael Zissis Vassiliadis, Mining, Chemical and Energy Industrial Union, Hannover y Max M. Warburg, M.M. Warburg & CO, Hamburgo. [\(242\)](#)

Antes de seguir hablando de sus ilustres miembros, una breve reseña sobre el Puente Atlántico le hará reflexionar sobre lo que allí ocurre: El Puente Atlántico se fundó en 1952 como organización privada a sugerencia del antiguo Presidente del Banco Mundial, John McCloy. McCloy se convirtió entonces en Presidente del Consejo del Chase Manhattan Bank de Rockefeller. McCloy había sido anteriormente Alto Comisionado para la RFA, es decir, el principal jefe de las fuerzas de ocupación estadounidenses en Alemania (Occidental). La periodista Marion Gräfin Dönhoff, coeditora del semanario Die Zeit, fue uno de los miembros fundadores de Atlantik-Brücke, que consideraba de rigor influir en la opinión pública con todos los medios a su alcance. Oficialmente, según sus estatutos, la asociación perseguía el objetivo de "fines educativos, científicos, culturales y benéficos, así como la promoción del entendimiento internacional". En realidad, sin embargo, desde el principio se trataba de una red personal de dirigentes que pretendían influir en la opinión pública. En 1981, el Frankfurter Allgemeine Zeitung calificó a la Atlantik-Brücke de "grupo de codeterminación elitista" y, desde un punto de vista purista, su labor en favor de la democracia era cuestionable. [\(243\)](#)

Hoy en día, la FAZ ya no parece temer el contacto con el grupo elitista. El responsable de la política exterior de la FAZ, Klaus-Dieter Frankenberger, es mencionado en este contexto en el informe anual 2009/2010 del Atlantik-Brücke, en la página 129 del 10 de junio de 2010. Dice así:

79ª Reunión del Grupo de Trabajo EE.UU.: "Asociación de Seguridad con Estados Unidos: Implicaciones y consecuencias para Alemania y la UE", Presentaciones: Hans-Ulrich Klose, Miembro del Bundestag alemán, Coordinador para la Cooperación Germano-Americana en el Ministerio Federal de Asuntos Exteriores, Berlín, Stéphane Beemelmans, Jefe del Departamento de Asuntos Internacionales y de la UE; Nuevos Estados Federales, Ministerio Federal del Interior, Berlín, y Klaus-Dieter Frankenberger, Jefe de Política Exterior, FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG, Fráncfort del Meno; "Informe desde Washington", Embajador (retirado) John C. Kornblum, Magnus-Haus, Berlín.[\(244\)](#)

En el informe anual 2006/2007, la foto de Frankenger de un acto aparece en la página 98 (245) Y el Puente Atlántico se anuncia con Klaus-Dieter Frankenger, lo que éste no dice al lector en su autoinforme FAZ. (246) La proximidad de periodistas de renombre a esta controvertida institución no es un caso aislado: sólo en los años 2006 a 2012, 88 periodistas aparecen mencionados en los informes anuales, 26 de ellos sólo de medios públicos. En otras palabras, la distancia no parece ser algo que los periodistas consideren necesario. La organización, proestadounidense y desde luego nada neutral, se arrastra cada vez más en la cobertura mediática.

Ahora bien, "proamericano" no es necesariamente una mala palabra. Pero no se trata del bien o del mal, sino en el fondo sobre todo de un sistema de valores. ¿Con quién tienen Alemania y los medios de comunicación alemanes una comunidad de valores? Ciertamente con países como Holanda, Austria, Suiza y España. Desde luego no con la OTAN. Pero desde luego Alemania no tiene una comunidad de valores con la Turquía de Erdogan. ¿Y con Estados Unidos? También en este caso la respuesta es clara. Alemanes y estadounidenses comparten muchos valores, como la democracia, la libertad de opinión y la libertad de prensa. Pero incluso cuando se trata de cuestiones de Estado de Derecho y de Derecho internacional, existen grandes diferencias. La guerra contra Irak, Guantánamo o las ejecuciones con drones son absolutamente incompatibles con la concepción alemana del Derecho. Que no tenemos una comunidad de valores con Estados Unidos y que, desde luego, no estamos en pie de igualdad con Washington, no hay nada que lo demuestre tan claramente como la restricción de nuestra libertad por el espionaje estadounidense, que desprecia día tras día la intimidad de nuestros ciudadanos. Así pues, cuando los periodistas alemanes se asocian, aparecen o incluso promueven organizaciones proamericanas como el Atlantic Bridge, dejan de estar en el centro de nuestro sistema de valores alemán. En ocasiones se convierten en defensores y/o grupos de presión de otro sistema de valores.

El 12 de marzo de 2010, un acto organizado por Atlantik-Brücke se emitió por primera vez en la televisión pública en colaboración con la cadena de televisión Phoenix. El 10 de marzo de 2010, Atlantik-Brücke organizó un debate en la Universidad de las Fuerzas Armadas Federales de Hamburgo con el ex Canciller Federal Helmut Schmidt y el entonces Ministro Federal de Defensa, Karl-Theodor zu Guttenberg, sobre el tema "Bundeswehr en acción: punto problemático Afganistán". El debate fue moderado por Friedrich Merz, Presidente de Atlantik-Brücke. Es importante saber que Helmut Schmidt es

miembro de Atlantik-Brücke y Guttenberg es un "joven líder" de Atlantik-Brücke. Una agradable discusión en el círculo del club - y en la televisión pública. (247) Y el Bild - Zeitung, cuyo jefe Diekmann también es miembro del Atlantik-Brücke, tituló: "El ex canciller y el ministro de Defensa discuten en Hamburgo: lo que Guttenberg puede aprender de Schmidt". (248) Hay que recordar que Diekmann y Guttenberg también eran amigos íntimos en aquella época. ¿Estaban al corriente de todo esto los telespectadores y los lectores de periódicos? Probablemente no. Y así es como funciona la influencia en la opinión pública. Unos cuantos creadores de opinión que piensan de forma similar se reúnen, "discuten"... y los medios de comunicación asociados a ellos informan sobre ello.

La proximidad de Atlantik-Brücke a la política también se hace patente, por pura casualidad, en su sede actual: se encuentra en la casa contigua a la residencia privada de la canciller alemana Angela Merkel. Así lo confirmó un director ejecutivo de Atlantik-Brücke en una entrevista, y también que Angela Merkel es también socia. (249) ¿Es de extrañar que Angela Merkel siga pronunciando discursos en alabanza del Puente Atlántico?

¿Qué quiere la asociación? Un antiguo presidente de la asociación, Arend Oetker, lo expresó así: "EE.UU. está gobernado por 200 familias y queremos tener buenos contactos con ellas". (250) ¿Eso es todo, aparte de la influencia de los medios de comunicación ya mencionada?

Como ya se ha mencionado, Atlantik-Brücke concede el Premio Vernon A. Walters. Este premio se concede "a personalidades que hayan prestado servicios destacados a las relaciones germano-estadounidenses". El premio lleva el nombre del antiguo embajador de Estados Unidos en Alemania (1989-1991) Vernon A. Walters, que acompañó la reunificación alemana desde el lado estadounidense. Galardonados anteriores: Liz Mohn (Fundación Bertelsmann, 2008), Dr. Jürgen R. Großmann (Georgsmarienhütte Holding GmbH, 2007), Dr. Dieter Zetsche (DaimlerChrysler AG, 2006), Dr. Michael Otto (Otto Group, 2005), Wolfgang Mayrhuber (Lufthansa AG, 2004), Dr. Bernd Pischetsrieder (Volkswagen AG, 2002), Dr. Manfred Schneider (Bayerische Gesellschaft, 2003). Manfred Schneider (Bayer AG, 2000), Dr. Henning Schulte-Noelle (Allianz AG, 1999), Dr. Thomas Middelhoff (Bertelsmann AG, 1998), Dr. Rolf-E. Breuer (Deutsche Bank AG, 1997), Jürgen E. Schrempp (Daimler Benz AG, 1996), Jürgen Dormann (Aventis Hoechst AG, 1995), Eberhard von Kuenheim (BMW AG, 1994), Louis R. Hughes (General Motors, 1993)" . (251)

The Atlantic Bridge olvida un pequeño detalle en este retrato: Vernon A. Walters (1917-2002) fue coordinador de inteligencia de Estados Unidos en el extranjero y jefe operativo de la CIA. Describió la guerra de Vietnam, a pesar de sus millones de víctimas, como "una de las guerras más nobles y desinteresadas" jamás libradas por Estados Unidos. (252) Y fue precisamente este hombre de la CIA, Vernon A. Walters, quien tenía los contornos de la red secreta Gladio construida en Europa. Vernon Walters había servido en las fuerzas armadas estadounidenses desde 1941, en puestos de inteligencia desde el principio. Desempeñó un papel decisivo en acciones subversivas en todos los momentos políticos álgidos de la segunda mitad del siglo XX, incluida la Guerra de Corea (1950-1953), el golpe de Estado contra el Presidente Mohammad Mossadegh, elegido democráticamente, en Irán (1953), las operaciones de inteligencia para impedir el éxito electoral comunista en Italia (1960-1962) y el sangriento golpe militar en Brasil (1964). Fue jefe de operaciones de la CIA y, en calidad de tal, fue responsable de la operación "Centaurus" de la CIA en pleno apoyo del golpe militar en Chile (1973) y en actividades para sofocar la revolución de los claveles en Portugal (1974). Sus huellas pueden encontrarse en las sacrificadas acciones contra los avances democráticos en Angola, Guatemala, Nicaragua y en los años de violaciones de los derechos humanos por parte de los regímenes militares en Sudamérica ("Operación Cóndor"), en la que cientos de miles de personas fueron asesinadas, secuestradas o torturadas. Y es en honor a este hombre de la CIA que el Puente Atlántico, que oculta todo esto, da hoy su nombre a un premio.(253) Y gente como la canciller alemana Angela Merkel o el jefe de Bild, Kai Diekmann, son miembros allí. Y la FAZ también parece sentirse cómoda allí.

Por lo que respecta a las organizaciones transatlánticas antes mencionadas, de las que también forman parte periodistas, hay que saber que en las numerosas reuniones transatlánticas se emiten una y otra vez los mismos eslóganes: El más importante es el de los supuestos valores comunes, la comunidad transatlántica de valores, la base común de valores que ya no necesitan discutirse porque son evidentes por sí mismos. Esta afirmación ha desarrollado desde hace tiempo una vida propia a través de la repetición constante. Es como un lavado de cerebro. Sólo que los participantes alemanes no suelen darse cuenta de que se les está lavando el cerebro de forma proestadounidense. Porque, por supuesto, bien mirado, tenemos muchos valores diferentes; desde la pena de muerte en Estados Unidos hasta las ejecuciones extralegales con drones en países lejanos, pasando por las misiones bélicas en el extranjero, que la mayoría de los alemanes rechaza.

Pero todos los medios de comunicación de calidad proestadounidenses que presentamos en este libro apoyan las misiones bélicas en el extranjero junto a EE.UU. y las ejecuciones extralegales mediante drones. Por ejemplo, cuando informan desde la Conferencia de Seguridad de Munich junto al lobby armamentístico. Sólo eso demuestra el efecto del lavado de cerebro. Siempre ahí, en segundo plano: los servicios secretos.

En realidad, todas las organizaciones transatlánticas sólo sirven para apoyar a la OTAN. Y eso está liderado por EEUU. Los alemanes sólo son vasallos. El historiador y experto en la OTAN Daniele Ganser opina que Alemania no es más que un "Estado vasallo de EEUU" debido a su integración en la alianza militar. Y afirma:

La OTAN tiene embajadores de la OTAN en todos sus países miembros. Estos son los embajadores que cada país envía para ser informado de lo que la OTAN quiere a continuación. Los canales funcionan de tal manera que la OTAN -y predominantemente Estados Unidos- dice: esto es lo que hay y ahora tenéis que hacerlo (...) Los europeos suelen limitarse a obedecer.(254)

Ahora bien, es importante saber que el Puente Atlántico organiza anualmente conversaciones confidenciales de expertos con el Mando Europeo de Estados Unidos. (255) El objetivo es crear un marco confidencial (!) en el que los comandantes de las ramas estadounidenses de las fuerzas armadas estacionadas en Europa - Ejército de Tierra, Fuerza Aérea, Flota e Infantería de Marina - y el Inspector General del Bundeswehr con sus generales y almirantes puedan intercambiar puntos de vista con otros expertos sobre cuestiones actuales de política de seguridad. "Las conversaciones con el USEUCOM (Mando Europeo de EE.UU.) reúnen a representantes de alto rango del Mando Europeo de EE.UU. y del Bundeswehr con expertos en defensa del gobierno, la industria y los medios de comunicación". (256) Esta es una cita del informe anual 2013/2014 del Puente Atlántico.

Allí nada es transparente. Son actos segregados a los que los ciudadanos de a pie no tienen acceso. O intente conseguir que le admitan a un acto de este tipo en el Puente Atlántico, donde nuestros periodistas alfa toman asiento con toda normalidad. Todo esto es un escándalo de primer orden porque el USEUCOM (U.S. European Command) está planeando guerras en Europa y se supone que los medios de comunicación flanquean esta guerra con propaganda. Esto se vio bien tras el derribo de un avión de pasajeros malasio en Ucrania en el verano de

2014. El Comando Europeo de Estados Unidos planeó un gran ejercicio de la OTAN en Ucrania para septiembre de 2014. Un informe periodístico decía:

El Ejército de Estados Unidos Europa y el Ejército Ucraniano dirigen la maniobra, en la que participarán unos 1.300 soldados de 16 naciones. Tendrá lugar en una zona de entrenamiento militar de casi 400 kilómetros cuadrados cerca de Javoriv, no lejos de Lviv. Además de Armenia, Azerbaiyán, Bulgaria, Canadá, Georgia, Gran Bretaña, Letonia, Lituania, la República de Moldavia, Noruega, Polonia, Rumania, España, Ucrania y Estados Unidos, Alemania también enviará personal militar. (257)

¿Comprende ahora por qué nuestros "medios de comunicación de calidad", que discuten sobre guerras junto con el Mando Europeo de EE.UU. en "charlas de expertos" (a esto lo llaman "arquitectura de seguridad"), no son, bien mirado, más que propagandistas influenciados por la OTAN? No tiene nada que ver con la "independencia" periodística que un periodista asista a las "conversaciones de expertos" del Mando Europeo de EE.UU. y luego escriba siguiendo el espíritu de la OTAN.

En manos de los servicios secretos

A más tardar desde las revelaciones del denunciante Edward Snowden, lo sabemos: Hay un gran hermano ahí fuera, Estados Unidos, que lo sabe todo sobre nosotros. Sobre todos y cada uno de nosotros. Mientras hagamos lo que él quiere, es un gran hermano agradable. Pero cuando no estamos de acuerdo con él, ocurren cosas que en el pasado se habrían considerado teorías conspirativas. El profesor Werner Weidenfeld conoce a este gran hermano mejor que muchos otros. Al fin y al cabo, durante muchos años fue el coordinador del Gobierno alemán para la cooperación germano-estadounidense. En el programa de entrevistas Beckmann nos contó cómo funciona en la práctica esta "amistad" entre Alemania y Estados Unidos:

Puedo decirles que, en mis 12 años como Coordinador de las Américas, he visto tres comportamientos por parte del gobierno estadounidense. En el momento en que estás de acuerdo con ellos, somos los mejores amigos, nos abrazamos, temes por tus costillas porque los abrazos son muy intensos. Cuando discrepamos en cuestiones secundarias, el gobierno estadounidense dice literalmente "y esto es lo que nos pasa, dónde está la gratitud en la historia, nosotros conquistamos y preservamos la libertad y la seguridad de los alemanes". Si no estamos de acuerdo en una cuestión seria, entonces se pone sobre la mesa material de inteligencia que incrimina a Alemania y o estás de acuerdo con ello o estás acabado. (...) Los estadounidenses tienen una idea muy clara de sus intereses. (...) Y esto se aplica en consecuencia. Esa es la realidad. (258)

Lo que está claro es que, desde la década de 1950, los servicios de inteligencia estadounidenses han creado y financiado toda una serie de fundaciones benéficas privadas en Alemania con un objetivo principal: establecer puestos avanzados de inteligencia bajo una leyenda, alojar allí a altos cargos como supuestos empleados de las fundaciones e influir en una futura élite alemana de forma proestadounidense y, en la medida de lo posible, también hacerla susceptible de chantaje.

Observemos más de cerca la proximidad de las fundaciones estadounidenses a las agencias de inteligencia de Estados Unidos. Podría ser que la CIA u otros servicios estadounidenses se sentaran a la mesa en cada gran reunión de periodistas, políticos y empresarios bajo el patrocinio de los think tanks estadounidenses. He participado en actos de tales organizaciones como becario.

Y en un viaje por invitación de seis semanas del German Marshall Fund (fue sancionado oficialmente por la FAZ), por ejemplo, recibí invitaciones del residente del BND como algo natural y también me presentaron a empleados de los servicios estadounidenses durante estos viajes. No es ningún secreto que el German Marshall Fund mantiene las mejores relaciones con los servicios de inteligencia: Cuando el exjefe del servicio de inteligencia militar saudí y el exjefe del servicio de inteligencia militar israelí se reunieron en junio de 2014, ocurrió como algo natural en el German Marshall Fund. (259) Y Karen Donfried, que dirige el Fondo Marshall, fue anteriormente responsable de Europa en el Consejo de Seguridad Nacional de Obama.(260) También se describe a antiguos altos cargos de la organización como cercanos a los servicios de inteligencia. (261) Suzanne Woolsey, esposa del ex jefe de la CIA James Woolsey, es fideicomisaria/directora del German Marshall Fund. (262) Ah, sí: me puse en contacto con su marido, el jefe de la CIA James Woolsey, a través del German Marshall Fund.

Este Fondo Marshall alemán se comportó con nosotros de manera similar al Sultán de Omán -el multimillonario- descrito unos capítulos antes. El Fondo Marshall alemán nos dio a cada uno un sobre con dinero en efectivo para nuestra estancia en Estados Unidos. Me permitieron elegir un coche de alquiler con aire acondicionado, y el combustible estaba pagado, por supuesto. También los hoteles, las lavanderías, las comidas. Y hubo regalos, como el lector ya sabe del simpático multimillonario de Omán. El sultán, como recordarán, me había financiado un instructor privado de buceo y la formación de buceador de rescate Padi. Durante el viaje transatlántico de élite del Fondo Marshall alemán, para mi asombro, me regalaron las piezas más importantes del equipo de buceo cuando visité una empresa estadounidense. Obviamente, los estadounidenses sabían exactamente qué sobornos había aceptado yo tiempo antes en Omán. Y después me permitieron probar el nuevo equipo cerca de San Diego a una profundidad de casi 60 metros con un equipo de US Seals. Fue en ese viaje cuando el German Marshall Fund (ya lo he descrito) me sorprendió con un certificado de ciudadanía honoraria del estado norteamericano de Oklahoma. En algún momento del viaje a EE.UU., ya no pude ver quién era realmente sólo del German Marshall Fund y quién era más bien de los servicios secretos estadounidenses. Lo único que está claro, y no lo ocultaron, es que había estrechas conexiones. Sospecho que lo mismo ocurre hoy con muchas organizaciones transatlánticas, muchas de las cuales se fundaron con la ayuda de los servicios de inteligencia estadounidenses.

Cuando viajaba a Oriente Próximo en misiones para el Frankfurter Allgemeine Zeitung, informaba primero a los servicios secretos y sólo después al FAZ, con el

trasfondo de los "acuerdos" alcanzados en el pasado en situaciones especiales en "conversaciones cercanas a los servicios secretos" puramente casuales. Cuando viajaba al extranjero, la nueva información importante llegaba primero al "agregado militar" de la embajada alemana (normalmente un hombre del BND) y a los estadounidenses locales, y sólo después al FAZ.

Ignoro si tales acuerdos se producen o se produjeron al margen de las invitaciones del Puente Atlántico, por ejemplo como "jóvenes líderes", que tienen un concepto similar al de las invitaciones que recibí (¿quizá incluso sin conocimiento del Puente Atlántico?). Sin embargo, Jutta Ditfurth describe en la página 145 de su libro *Krieg, Atom, Armut* (Guerra, Nuclear, Pobreza) cómo los jóvenes políticos alemanes en EE.UU. suelen ser instrumentalizados para sus propios fines. Lo que hablan, lo que hacen: Los Verdes. Dice:

Aunque la velada terminó en una discusión abierta, nuestro anfitrión del American Institute for Contemporary German Studies se mantuvo sorprendentemente tranquilo y me preguntó si estaría dispuesto a escribir un estudio sobre mi fiesta. Me negué. Para convencerme, me dio nombres de Verdes más dispuestos a colaborar. Uno se llamaba Lukas Beckmann, el otro Otto Schily. Petra Kelly era muy conocida. Seguía siendo un no. Estos días he aprendido mucho sobre la "formación adicional" que se ofrece a los políticos alemanes que se consideran líderes útiles. Tuve que pensar en ello cuando leí, once años después, que conocían bien a Fischer. Ese es el lenguaje habitual, como se encuentra hoy, por ejemplo, sobre el ministro de Defensa zu Guttenberg en los documentos de Wikileaks. [\(263\)](#)

He tenido experiencias similares a las descritas por Jutta Ditfurth de EE.UU., tanto en EE.UU. como en Alemania. Por lo tanto, puedo decir por experiencia propia que, sobre todo, al principio no se siente en absoluto el abrazo de la inteligencia durante años. Me gustaría esbozar esto entre medias con un flashback a mis experiencias con los primeros y delicados intentos de iniciación por parte del BND - en aquel entonces no tenía ni idea de que algún día me convertiría en periodista:

A principios de los ochenta estudié Derecho y Política en Friburgo de Brisgovia. El semestre de invierno 1979/80 estaba a punto de terminar y se acercaban las vacaciones semestrales. Estaba planeado un viaje a Italia. Y como quería financiar el semestre siguiente, tuve que trabajar en la construcción o de camarero después de las vacaciones. Ganar dinero formaba parte de las

vacaciones semestrales, y quería que siguiera siendo así también esta vez. En aquella época, sabía tanto sobre el Servicio Federal de Inteligencia como cualquier otra persona. No desempeñaba ningún papel en mis estudios y no tenía mayor interés en el trabajo de sus agentes. Eso sólo cambió mucho más tarde. En aquella época, los profesores seguían siendo personas respetadas a las que uno no debía negar un deseo antes de tiempo como estudiante. Así que era natural que escuchara atenta y educadamente las palabras de una de estas personas de respeto cuando me entregó un folleto después de una conferencia poco antes de las vacaciones semestrales. Al menos a primera vista, parecía un folleto. Era una invitación. "Deberías participar en esto. ¿Y por qué no me cuentas qué te ha parecido?" dijo el abogado. Un hombre respetado. Un hombre conocido. Y un hombre con una doble vida. No sé si invitó o se acercó a otros estudiantes, pero es concebible. En primer lugar, no había nada inusual en una invitación a seguir estudiando. Los profesores conocían a sus alumnos, y los que destacaban eran promovidos. Hoy en día sigue siendo así. Así que no había motivo para que me sorprendiera.

En retrospectiva, sé que el honorable profesor fue uno de los iniciadores del BND. No puedo decir hasta qué punto él mismo estaba implicado en la red. Tampoco recuerdo haber tenido ninguna conversación con él más tarde sobre estas reuniones de iniciación. Su folleto era una invitación a un "Seminario sobre estudios de conflictos", cuyo tema principal era "Introducción a los problemas del conflicto Este-Oeste". No podría haber imaginado nada más aburrido en aquellos días. Todavía estaba intentando pensar en una explicación plausible para la falta de interés del profesor, cuando llegaron a mis oídos las melodiosas palabras: "Hay una asignación diaria de 20 marcos, se reembolsará el viaje en tren hasta el lugar de la conferencia en Bonn. Y, por supuesto, allí le espera una habitación de hotel. Por último, 150 marcos de dinero para libros". El profesor había despertado de repente un enorme interés. Ocho horas de trabajo en la obra daban como máximo 50 marcos. En cambio, la perspectiva de una habitación de hotel, comidas calientes y la bonificación económica: ¿por qué nunca antes había sentido ese fuerte anhelo interior de asistir a un "seminario sobre investigación de conflictos"? No podía simplemente reprimir este anhelo. El profesor estaba visiblemente satisfecho con mi aceptación. La "Studiengesellschaft für Zeitprobleme" (Sociedad de Estudios para Problemas Contemporáneos) -que ya no existe- tenía su sede en Bad Godesberg, un elegante suburbio de la entonces capital federal Bonn, en la Ubierstraße 88. Estaba financiada por el Ministerio de Defensa. Y hoy se sabe desde hace tiempo que estaba conectada con el BND.

Muchos años después, el crítico del BND Erich Schmidt-Eenboom describió dichos seminarios y la práctica de reclutamiento de estudiantes en su libro *Undercover - Der BND und die deutschen Journalisten*, publicado en 1998. El 25 de febrero de 1980, me reuní por primera vez con otros 20 estudiantes en la Ubiestraße 88, en un edificio antiguo de dos plantas de clase media. Eran estudiantes de primer curso como yo y habían venido de toda Alemania para poder investigar por fin el verdadero trasfondo del conflicto Este-Oeste. Aprendimos mucho sobre la Unión Soviética y la RDA en clases aburridísimas. Hicimos juegos de rol y defendimos o criticamos el comunismo. En las conversaciones me enteré de que otros participantes habían llegado a la entonces capital federal, Bonn, de forma similar: habían sido recomendados para una reunión de formación avanzada. Quizá fuera un poco extraño que nunca se nos permitiera subir a la primera planta del antiguo edificio. Las escaleras al misterioso piso superior eran tabú. En aquel momento no teníamos ni idea de que nos estaban vigilando. En el primer piso se sentaba un hombre con el que nos encontrábamos de vez en cuando en la casa, pero cuyo papel en el juego desconocíamos. Se hacía llamar Schulte, pero no sé si era su verdadero nombre. Más tarde resultó que el Sr. Schulte sabía bastante sobre cada uno de nosotros. Los juegos de rol y las interminables discusiones no eran más que una prueba mental bien disimulada por los servicios de inteligencia alemanes. No nos dimos cuenta de nada. Y según Schmidt-Eenboom, el entonces director gerente de la Studiengesellschaft, Rudolf Rothe, también declaró posteriormente que no había sabido nada del trabajo del Sr. Schulte.

Eso es exactamente lo que experimenté más tarde durante mis viajes a EE.UU. una y otra vez, cuando grandes y generosas organizaciones financiaban el viaje y nos observaban muy de cerca a los participantes cada segundo en diversas situaciones. Cuando Jutta Ditzfurth habla de una "formación adicional" que se ofrecía durante esos viajes a EE.UU., puedo confirmarlo. Y es exactamente por eso que uno debe evitar estar cerca de tales organizaciones. Allí se pierde fácilmente la columna vertebral.

Entonces, ¿por qué el Puente Atlántico se considera cercano a la CIA? ¿Suceden allí también cosas en secreto? ¿Como las que yo he vivido de otra forma con la Sociedad de Estudios para los Problemas del Tiempo? Hay personas que han cambiado de opinión y han vuelto a dar la espalda al Puente Atlántico. Una de ellas es la verde Katrin Göring-Eckardt. Al principio era bastante ingenua y decía:

Al igual que otros Verdes, soy miembro de la asociación Atlantik-Brücke. Atlantik-Brücke es una asociación que, como dicen sus estatutos, sirve para promover el entendimiento internacional. Es una asociación registrada que funciona sobre la base de la ley de asociaciones (lo que la hace tan democrática como un club deportivo o similar) y ofrece conferencias y debates de fondo sobre cuestiones de política exterior, especialmente las relaciones transatlánticas. Se trata de cuestiones que son importantes para nosotros, los Verdes, y sobre las que debemos seguir dialogando con periodistas, personas del mundo empresarial y competidores políticos, en este u otros escenarios. (264)

Incluso fue miembro de la junta directiva en 2009/2010. Entretanto, se dice que ha dimitido. (265) Claudia Roth, que estuvo en el Puente Atlántico de 2005 a 2010, también ha presentado su dimisión. (266) Cem Özdemir también dice que no tiene nada más que ver. (267) Sin embargo, en un folleto reciente de la Atlantik-Brücke, Cem Özdemir aparece como uno de los graduados más destacados del programa "jóvenes líderes". (268) Özdemir declaró que un entrevistador que le preguntó por el Puente Atlántico y los "jóvenes líderes" era un teórico de la conspiración al que había que tratar. (269) Özdemir dice con toda seriedad en la entrevista: "Las teorías de la conspiración son algo que debería tratarse médicamente, yo soy el destinatario equivocado de la política. (...) Preferiría interesarme por lo que su terapeuta tiene que decir al respecto". Sin embargo, en la página 47 del informe anual 2010/2011 de Atlantik-Brücke, Cem Özdemir aparece en una foto y se le menciona por su nombre en relación con el programa "jóvenes líderes". Quizás Cem Özdemir demande a Atlantik-Brücke por incluirlo como uno de los jóvenes líderes más destacados en el programa "jóvenes líderes". (270)

El Berliner Zeitung escribió una vez sobre las rarezas y el secretismo del Puente Atlántico:

"El hecho de que se sepa poco de las actividades del Puente Atlántico en público es intencionado. No es una asociación que quiera aparecer ante el mundo exterior. Más bien opera en silencio, lo que a veces le da la imagen de una sociedad secreta - y la reputación de un club elitista. Uno no solicita ser miembro del Puente Atlántico, sino que se le invita a hacerlo. Su influencia se considera significativa. El Atlantik-Brücke cuenta con el apoyo de todas las grandes empresas alemanas. La lista de nombres de la junta directiva (...) parece un Quién es Quién de la política y los negocios. Y al otro lado del Atlántico participan interlocutores no menos influyentes". (271)

En la actualidad, el Puente Atlántico cuenta con unos 500 miembros, la mitad de los cuales proceden del mundo empresarial, un centenar de la política y el resto del mundo académico, las asociaciones, los sindicatos y, sobre todo, los medios de comunicación.

Los nombres: Contactos controvertidos

Los periodistas nos explican el mundo, influyen en nuestra opinión, hacen política. Pero, ¿quién explica el mundo a los periodistas, influye en su opinión y, por tanto, hace política? Esto incluye sin duda al Puente Atlántico. Sus miembros se encargan de influir en la opinión pública totalmente en el sentido proamericano de la asociación. Y es precisamente por eso que los mejores periodistas, especialmente los de las cadenas públicas ARD y ZDF, son invitados repetidamente a las reuniones y viajes del Atlantic Bridge o a debates con sus miembros. Sólo en los años 2006 a 2012, 88 periodistas son mencionados por su nombre en los informes anuales, 26 de ellos sólo de las cadenas públicas. A continuación figura la lista de estos periodistas. No se afirma aquí que sean o hayan sido miembros o "jóvenes líderes" de la organización. Con esta lista solo se documenta el contacto que Atlantik-Brücke afirma haber mantenido, basándose en los informes anuales de Atlantik-Brücke de 2006/2007 a 2011/2012 y en otros documentos de Atlantik-Brücke: [\(272\)](#)

Name	Vorname	Funktion
Schönenborn	Jörg	ARD – Chefredakteur WDR-Fernsehen
Deiß	Matthias	ARD – Hauptstadtstudio
Roth	Thomas	ARD – Korrespondent New York
Mikich	Sonia	ARD – Leiterin der Programmgruppe Inland des WDR – Monitor
Wabnitz, Dr.	Bernhard	ARD – Moderator Weltspiegel
Hassel	Tina	ARD – Studio Washington seit 01.07.2012
Zamperoni	Ingo	ARD – Tagesthemen, Nachtmagazin
Ehni	Ellen	ARD – WDR Fernsehen – Leiterin der Programmgruppe Wirtschaft und Recht
Jahn	Frank	ARD- Korrespondent London

Wilhelm	Ulrich	Bayerischer Rundfunk – Intendant
Schoeller	Olivia	Berliner Zeitung, Frankfurter Rundschau – Leiterin Ressort Panorama zuvor USA Korrespondentin
Diekmann	Kai	Bild-Zeitung – Chefredakteur
Kallen, Dr.	Paul-Bernhard	Burda Media – Vorstandsvorsitzender
Pleitgen	Frederik	CNN, davor ZDF, RTL, n-tv
Feo de, Dr.	Marika	Corriere della Sera – Deutschlandkorrespondentin
Aslan	Ali	Deutsche Welle TV
Meurer	Friedbert	Deutschlandradio – Ressortleiter Redaktion Zeitfunk
Stürmer, Prof. Dr.	Michael	Die Welt – Chefkorrespondent, Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur – Autor
Sommer	Theo	Die Zeit – Herausgeber, seit 2000 Editor-at-Large
Joffe	Josef	Die Zeit – Herausgeber
Naß	Matthias	Die Zeit – Internationaler Korrespondent
Brost	Marc	Die Zeit – Leiter Hauptstadtbüro
Ross	Jan	Die Zeit – Redakteur
Stelzenmüller, Dr.	Constanze	Die Zeit – Redakteurin, Leitung des Berliner Büros des German Marshall Fund, seit 2009 Senior Transatlantic Fellow
Klingst	Martin	Die Zeit – US-Korrespondent
McLaughlin	Catriona	Die Zeit-Referentin der Geschäftsführung, Zeit online
Heckel	Margaret	ehem. Welt – Welt am Sonntag – Financial Times Deutschland Politikchefin, seit 2009 freie Journalistin und Buchautorin
Busse Dr.	Nikolas	Frankfurter Allgemeine Zeitung
Frankenberger	Klaus-Dieter	Frankfurter Allgemeine Zeitung – Redakteur
Wrangel, von	Cornelia	Frankfurter Allgemeine Zeitung – Redakteurin
Kammerer	Steffi	Freie Journalistin, schreibt für Stern, Süddeutsche Zeitung,

		Spiegel, Spiegel online, Park Avenue
Seligmann	Rafael	Freier Journalist – publiziert in Spiegel, B.Z., Welt, Bild, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Jüdische Allgemeine, Atlantic Times
Schulte-Hillen	Gerd	Gruener und Jahr – Bertelsmann bis 2003
Inacker, Dr.	Michael J.	Handelsblatt – stellvertr. Chefredakteur
Steingart	Gabor	Handelsblattgruppe – Geschäftsführung
Klasen-Bouvatier	Korinna	Jungle World
Marohn	Anna	NDR – Persönliche Referentin von Intendant Lutz Marmor
Diehl	Julia	NDR – Redakteurin
Bremer	Heiner	n-tv – Moderator »Das Duell«, Stern Chefredakteur
Kolz	Michael	Phoenix – Leiter Redaktion Ereignis 2 – Stellvertr. Programmgeschäftsführer
Augter, Dr.	Stefanie	Ständige Vertretung der Bundesrepublik Deutschland bei der Europäischen Union, Brüssel, Pressesprecherin Familienministerium, Wirtschaftswoche, Handelsblatt
Arnold	Tim	ProSiebenSat1 – Senior Vice President Political Strategy der ProSiebenSat.1 Group
Schremper, Dr.	Ralf	ProSiebenSat1 – CFO Digital & Adjacent
Ebeling	Thomas	ProSiebenSat1 – Vorstandsvorsitzender
Procházková	Bára	Respekt, Zeitschrift Tschechien
Krauel	Thorsten Wilhelm	Rheinischer Merkur – Ressortleiter Innenpolitik
Ridderbusch	Katja	schreibt aus Atlanta für Welt, Handelsblatt, Spiegel online, Deutschlandfunk, WDR, The European
Hoffmann	Christiane	Spiegel – Leiterin Hauptstadtbüro, FAZ
Hujer	Marc	Spiegel online
Trautmann, Dr.	Clemens	Springer Verlag – Büroleiter Döpfner

Klaeden von, Dr.	Dietrich	Springer Verlag – Leiter Regierungbeziehungen
Döpfner, Dr.	Mathias	Springer Verlag – Vorstandsvorsitzender
Gloger	Katja	Stern – Korrespondentin, Washington – Ehefrau von Georg Mascolo, ehem. Chefredakteur Spiegel
Wernicke	Christian	Süddeutsche Zeitung – US-Korrespondent
Klüver	Reymer	Süddeutsche Zeitung – USA-Korrespondent
Kornelius	Stefan	Süddeutsche Zeitung Leiter Ressort Aussenpolitik
Dewitz von	Ariane	Tagesspiegel
Schäuble	Juliane	Tagesspiegel
Marschall, von	Christoph	Tagesspiegel – Korrespondent Washington – Kommentator Deutschlandfunk, Deutschlandradio, Cicero, Atlantic Times
Rohwedder	Cecilie	Tagesspiegel – Redakteurin
Rimscha, von	Robert	Tagesspiegel bis 2004, FDP, 2011 Botschafter Laos
Karnitschnig	Matthew	Wall Street Journal – Büroleiter Deutschland
Hombach	Bodo	WAZ-Mediengruppe – Geschäftsführer, Bonner Akademie für Forschung und Lehre Praktischer Politik (BAPP)
Koll	Theo	ZDF – Hauptredaktion Außen-, Innen-, Gesellschafts- und Bildungspolitik
Burgard, Dr.	Jan Philipp	ZDF – Hauptstadtstudio, Morgenmagazin
Kampen van	Udo	ZDF – Leiter Studio Brüssel
Kleber, Dr.	Claus-Detlev	ZDF – Moderator Heute Journal
Schmiese, Dr.	Wulf	ZDF – Moderator Morgenmagazin
Jobatey	Cherno	ZDF – Morgenmagazin
Theußßen	Elmar	ZDF – Stellvertretender Chefredakteur – Leiter Hauptredaktion Aktuelles

Que cada lector se forme su propia opinión y decida si los periodistas mencionados informan realmente de forma independiente y no partidista sobre

cuestiones transatlánticas, o si tal vez transmiten un determinado punto de vista, especialmente proamericano, en uno u otro reportaje. En ese caso, el Puente Atlántico sin duda lo acogería con satisfacción y probablemente también lo encontraría bastante normal.

Pero veamos más de cerca estos contactos en el Puente Atlántico con un ejemplo muy concreto. En la tabla anterior aparece el periodista del FAZ Nikolas Busse. Los lectores ya conocen su nombre por la bochornosa historia del capítulo "Bien lubricado: El sistema de mala reputación detrás de los premios de los periodistas", en la que se blanqueaba munición de uranio para el Ministerio de Defensa.

En su autorretrato, el periodista Busse escribe sobre sí mismo en el FAZ: "En noviembre de 1998 se incorporó a la redacción política del Frankfurter Allgemeine Zeitung. Destinado a Bruselas en 2007 como corresponsal para la OTAN y la UE. Desde septiembre de 2014 redactor responsable adjunto de asuntos exteriores en la sede de Fráncfort."[\(273\)](#) Por lo tanto, el periodista tiene una tarea de responsabilidad y debe ser escrupulosamente cuidadoso para parecer completamente neutral.

Pero ni mucho menos. El periodista Busse, cosa que oculta su currículum oficial en el FAZ, prestó juramento de lealtad a los Estados Unidos en febrero de 2003 en un gran anuncio publicado por Atlantik-Brücke en el New York Times; al menos así es como yo leo el contenido de un enorme anuncio "Un mensaje al pueblo de los Estados Unidos de América" de amigos y miembros de Atlantik-Brücke, en el que también aparece su nombre. [\(274\)](#)

Antes de entrar en los detalles del recurso de Busse y el Atlantic Bridge, he aquí un recordatorio: el anuncio de periódico mencionado se publicó unos días antes de la invasión de Irak por tropas estadounidenses en marzo de 2003, violando el derecho internacional. El entonces Secretario de Defensa estadounidense, Colin Powell, acababa de presentar al Consejo de Seguridad de la ONU "pruebas" falsificadas de que Irak poseía supuestamente armas de destrucción masiva. Y no sólo el gobierno alemán estaba en contra de la guerra estadounidense en Irak. Millones de manifestantes salieron a la calle para unirse a los políticos alemanes en una protesta interpartidista contra la amenaza de una guerra de agresión. Y fue precisamente en esta situación cuando el miembro del FAZ responsable de la política de seguridad, Busse, envió un "mensaje" al pueblo estadounidense a través del Puente Atlántico del New York Times. Si se lee el anuncio en su totalidad, desde mi punto de vista subjetivo no es más que una declaración de lealtad a la asociación transatlántica. Y ello para el caso previsible de que EE.UU. emprendiera una guerra de agresión contra Irak

violando el derecho internacional (cosa que hizo). Por cierto, fue precisamente en marzo de 2003 cuando apareció mi último artículo en el FAZ después de 17 años. En aquel momento, el belicismo proestadounidense del FAZ me pareció escandaloso a la vista de las muchas muertes previsibles. Y como de todos modos tuve un grave accidente, en el que se me seccionaron los nervios de la pierna derecha, se me presentó un acuerdo de despido. Pero de eso hablaremos más adelante en las experiencias personales.

Volvamos al "mensaje" del anuncio, es decir, al mensaje dirigido al pueblo estadounidense. Estaba claro: Nikolas Busse, como uno de los varios firmantes antes de la guerra de Irak, declaró que "no escatimaría esfuerzos" para que el "vínculo entre Alemania y Estados Unidos se preserve para las generaciones futuras". Subrayó su "solidaridad con Estados Unidos". Y proclamó su voluntad de "defender" la comunidad de valores con EEUU. No sé si Busse entiende por "comunidad de valores" el espionaje excesivo de los estadounidenses en Alemania, conocido desde hace muchos años, los asesinatos extralegales de personas llevados a cabo sin juicio previo por orden del presidente de Estados Unidos o las crueles ejecuciones en las cárceles estadounidenses. Como autor de este libro, estoy convencido de que esta supuesta "comunidad de valores" es en gran medida sólo un producto propagandístico de EEUU. Como pudieron comprobar millones de manifestantes en las calles en 2003, no todo el mundo comparte el belicismo de EEUU cuando se trata de hacer valer sus intereses de materias primas y poder. En este contexto, también me parece vergonzoso que un miembro del personal de FAZ se convirtiera en corresponsal de la OTAN después de jurar fidelidad a una guerra de agresión que viola el derecho internacional. En febrero de 2003, a instancias del Puente Atlántico, se publicó no sólo en el New York Times, sino también en los principales medios de comunicación alemanes, como el FAZ y el Welt, por lo que no sólo era conocido en EE.UU., sino también por el empleador de Busse en Francfort. (275) En aquel momento Busse ya era responsable de la "política de seguridad" en la FAZ.

Por supuesto, como periodista uno está autorizado a firmar llamamientos. Pero pregunté al departamento de prensa de las embajadas rusa y china en Berlín si Busse había firmado llamamientos similares (por ejemplo, durante la crisis de Crimea) a favor de Moscú o a favor de Pekín en disputas asiáticas. No lo ha hecho. Así que se ha comprometido unilateralmente sólo con Washington. Y los lectores de FAZ deberían saber todo esto sobre el reportero de la OTAN Busse. Después de todo, si uno conoce el descrito juramento atlántico de lealtad a los

EE.UU. antes de la guerra de agresión de los EE.UU. contra Irak, entonces uno lee los informes de Busse sobre la OTAN con ojos muy diferentes desde entonces. En cualquier caso, desde entonces he llegado a considerar a Busse personalmente como una extensión de la oficina de prensa de la OTAN.

También hay que saber de Busse: Nikolas Busse, destacado periodista de medios de comunicación, también participó en la creación del discutido y polémico estudio "Nuevo poder - Nueva responsabilidad", una iniciativa conjunta de la organización de lobby estadounidense German Marshall Fund of the United States y el Instituto Alemán de Asuntos Internacionales y de Seguridad (Stiftung Wissenschaft und Politik), financiada por el personal de planificación del Ministerio de Asuntos Exteriores alemán, que apareció a finales de 2013. (276) Los críticos ven en el estudio un respaldo al retorno del militarismo alemán, bajo la presión de Washington. (277) Busse escribe desde esta perspectiva de un modo que agrada a los estadounidenses. (278)

Es desastroso que una persona así aparezca públicamente en televisión como supuesto neutral o moderador de los acontecimientos. Y eso es exactamente lo que hace Busse, ya sea en la Fundación Nacional Alemana sobre el tema "¿Qué reformas necesita Europa?" o en ARD. Allí, por cierto, le gusta aparecer en el Club de Prensa de ARD junto con Tina Hassel, también conocida por los lectores de este libro del Atlantik-Brücke. (279) A continuación, dos amigos de la asociación de grupos de presión Atlantik-Brücke, que, como acabamos de ver en el anuncio anterior, también apoya propagandísticamente las guerras de Washington, discuten sobre ello en televisión, y el espectador no lo sabe.

Por cierto, antes de que se me olvide El juramento de fidelidad a EE.UU. lo hicieron en el citado anuncio amigos y miembros de Atlantik-Brücke, junto a Busse, de FAZ-Nato, y Theo Koll, de ZDF. Así que si alguna vez ves el Auslandsjournal u otro programa presentado por Theo Koll, sabrás lo que defiende. Según Atlantik-Brücke, "defiende" la supuesta comunidad de valores con EEUU. Y lo hace incluso cuando EE.UU. va a la guerra violando el derecho internacional por razones de poder y materias primas. Así que con el segundo, quizás sí que se ve un poco más unilateralmente, ¿no? El turco Akif Pirinçci formuló una vez de forma mucho más drástica la posible parcialidad de la cadena pública ZDF a la que se alude aquí. Dijo en directo a la cámara de la ZDF en 2014: "Se ve mejor con el culo". Por supuesto, la ZDF censuró y editó inmediatamente la entrevista políticamente incorrecta. (280) En el caso de Theo Koll, de ZDF, y Nikolas Busse, de FAZ, la declaración de profunda lealtad a las relaciones transatlánticas no fue un desliz puntual: en un

gran anuncio publicado en la página 6 del diario Die Welt el 17 de abril de 2002, ambos periodistas agradecieron expresamente al Puente Atlántico "las grandes oportunidades y posibilidades que ha abierto para nuestras carreras profesionales y personales". les dieron las gracias. En el mismo anuncio de Atlantik-Brücke, la corresponsal de FAZ Christiane Hoffmann, que en aquel momento se encontraba en Teherán, también agradeció a Atlantik-Brücke la citada ayuda profesional, al igual que Katja Gloger (Stern en aquel momento), Malte Lehming (Tagesspiegel, corresponsal en EE.UU.), Rüdiger Löwe (Bayerischer Rundfunk), Eckart Stuff (jefe de formación de SFB), Christian Wernicke (corresponsal europeo de Süddeutsche Zeitung en Bruselas), Sabine Ulbrich (corresponsal en Washington de N24 y SAT1), Margaret Heckel (Financial Times Deutschland), Matthias Naß (redactor jefe adjunto de Die Zeit) y Anke Plättner (periodista, Colonia). El apoyo del Puente Atlántico a " las grandes oportunidades y posibilidades que ... [los periodistas mencionados han abierto para su] desarrollo profesional y personal". me suena de alguna manera como si también debieran sus puestos a Atlantik-Brücke. ¿O cómo lo entiende un tercero neutral como usted, lector? ¿Ayudan las organizaciones transatlánticas a los periodistas en su "desarrollo profesional"? ¿Qué ocurre realmente en el fondo?

De vuelta al Puente Atlántico. Quizás los periodistas mencionados por su nombre en la tabla anterior simplemente no tienen ni idea de con quién están tratando. Después de todo, también hay periodistas que consideran que la "agencia de noticias" UPI es una agencia de noticias completamente normal. Sin embargo, pertenece a la secta Moon. (281) Muchos periodistas simplemente no lo saben. Por eso es fácil engañarlos y también atraer a la gente con nombres que suenan bien, como "Puente Atlántico".

Con respecto a organizaciones como la Atlantik-Brücke, el taz tituló un informe en 2013 con las palabras: " Periodistas bajo influencia - Contactos malignos" . En él se dice: " ¿Escriben los periodistas alfa alemanes de forma unilateral porque tienen puntos en común con la élite política?". Un estudio afirma ahora: Sí". (282) La tesis doctoral de Uwe Krüger que allí se cita examina la influencia de las élites en la información y muestra las redes de personas importantes en los negocios, la política y el periodismo. El Puente Atlántico es una de estas organizaciones en red. En lugar de representar un mercado abierto de ideas, los periodistas suelen representar las posiciones de los gobernantes, según el estudio sobre las redes. Y según Uwe Krüger, el conflicto "élite contra pueblo" está llegando a su punto álgido en toda Europa y en todo el mundo. Con demasiada frecuencia, los periodistas están del lado de las élites.

Adulación vergonzosa

Ahora queremos utilizar el periódico Bild para mostrar cómo son en realidad los reportajes sobre el Puente Atlántico, por pura casualidad, claro. Tomemos sólo la categoría de ganadores/perdedores. La organización de élite Atlantik-Brücke, que carece por completo de importancia para los ciudadanos de a pie, se ha colado en la sección de "ganadores" de Bild una y otra vez en el pasado. Algunos ejemplos del pasado.

Bild del 12 de abril de 2002:

Ganador

Un símbolo de la amistad germano-estadounidense celebra su 50 aniversario: Atlantik-Brücke. El mérito de la asociación: fomentar el diálogo entre ambos países, profundizar en el entendimiento político y cultural. Presidente Arend Oetker (63 años, foto): "Es un puente que hay que reparar una y otra vez". BILD dice: Lo que cuenta es la amistad.

Bild del 18 de abril de 2002:

Ganador

Un hombre que tiende puentes: el ex Presidente estadounidense George Bush (77) recibió ayer el Premio Eric M. Warburg en el Palacio de Charlottenburg de Berlín. El Ministro de Asuntos Exteriores, Joschka Fischer, pronunció el discurso elogioso. El premio lo concede la asociación Atlantik-Brücke por los servicios prestados por Bush a las relaciones entre Alemania y Estados Unidos. BILD dice: ¡Transatlántico!

Bild del 5 de mayo de 2003:

Ganador

Si se quiere hablar de las relaciones germano-estadounidenses, no se puede pasar por alto a la Dra. Beate Lindemann (60). Se pone en contacto con todos los interlocutores en Washington. La directora gerente de la asociación Atlantik-Brücke intenta establecer buenas relaciones con Estados Unidos, especialmente en estos tiempos. Una tarea importante, que domina con mucha astucia y encanto. BILD dice: ¡Transatlántico!

Bild del 3 de febrero de 2004:

Ganador

Un capitán que tiende puentes: El Director General de Lufthansa, Wolfgang Mayrhuber (56), recibirá hoy en Nueva York el premio Vernon A. Walters por sus servicios a la asociación germano-estadounidense. El premio lo concede la renombrada asociación Atlantik-Brücke. BILD dice: "Por encima de las nubes, la amistad debe ser ilimitada.

Bild del 11 de junio de 2004:

Ganador

El político de la CDU Walther Leisler Kiep (78) es el nuevo presidente honorario de la asociación Atlantik-Brücke. La asamblea general (que incluía a Otto Graf Lambsdorff, Hilmar Kopper y Rudolf Scharping) honró unánimemente los servicios de Kiep al entendimiento germano-americano. BILD dice: ¡Muy merecido honor!

Bild del 16 de junio de 2005:

Ganador

Ahora el Puente Atlántico adquiere alas: el Dr. Thomas Enders (45), miembro del consejo de administración de la empresa aeroespacial europea EADS, se convierte en el nuevo presidente de la asociación. Amigo de América, Enders estudió en Los Ángeles y sustituye al Dr. Arend Oetker después de cinco años. La asociación no partidista Atlantik-Brücke e. V. lleva promoviendo la amistad entre Alemania y Estados Unidos desde 1952. BILD dice: ¡Buena suerte!

Bild del 1 de octubre de 2005:

Ganador

Tres altos honores en dos meses para Michael Otto (62): Primero el Premio Bertelsmann para el Desarrollo de la Juventud, después el Premio Medioambiental 2005 y ahora el Premio Vernon A. Walters del "Atlantic Bridge" de Nueva York. Los 54.000 empleados de la mayor empresa de venta por correo del mundo pueden estar orgullosos de su jefe. BILD dice: Otto - ¡Me gusta!

Bild del 10 de octubre de 2005:

Ganadora

Construye puentes entre Alemania y América. Por ello, la Dra. Beate Lindemann recibirá hoy en Berlín la Cruz Federal al Mérito de Primera Clase. Entre otras cosas, la vicepresidenta de la asociación Atlantik-Brücke inició un programa de intercambio que desde 1990 ha permitido a más de 3.000 estudiantes de secundaria de Alemania Oriental pasar un año en Estados Unidos. BILD dice: Honor a quien honor merece.

Bild del 15 de mayo de 2007:

Ganadora

Condoleezza Rice (52) desempeñó un papel decisivo en las negociaciones sobre la unidad alemana entre las potencias vencedoras de la Segunda Guerra Mundial y los dos Estados alemanes en 1990. Por ello, la actual Secretaria de Estado estadounidense recibirá el 31 de mayo el Premio Eric M. Warburg de Atlantik-Brücke e. V. El ex canciller alemán Helmut Kohl pronunciará el discurso elogioso. BILD dice: ¡El premio es Rice!

Bild del 1 de julio de 2009:

Ganador

Una tarea honorable para Friedrich Merz (53): El aguerrido político es el nuevo presidente del prestigioso Atlantic Bridge. Merz toma el relevo del jefe de Airbus, Enders. El Atlantik-Brücke es una asociación de empresarios, políticos y otras personalidades de Alemania y Estados Unidos cuyo objetivo es fomentar la amistad germano-americana. BILD dice: ¡Un hombre de primera para un puesto de primera!

Bild del 30 de junio de 2010:

Ganador

El antiguo y nuevo presidente de Atlantik-Brücke es Friedrich Merz (54). El abogado y experto en economía fue reelegido ayer por amplia mayoría en la asamblea general de la asociación. Atlantik-Brücke promueve la amistad germano-americana desde su fundación en 1952. BILD dice: ¡Constructores de puentes!

Se podría seguir y seguir con la lista. Las fotos son aún más interesantes.

El 27 de febrero de 2009, por ejemplo, Bild informó en la página 2 con una foto sobre una declaración del Puente Atlántico de Bombay. Publicaron una foto con ella. Pero no era la foto de grupo completa. El hombre del extremo izquierdo de la foto original es Kai Diekmann, redactor jefe del periódico Bild y miembro del Puente Atlántico. Pero fue recortado para Bild. (283) ¿Qué opina usted, como lector, de tales "coincidencias"? Por cierto, Kai Diekmann no es en absoluto el único atlantista en las altas esferas de Bild. El actual redactor jefe adjunto de Bild, Bela Anda, que fue jefe de la Oficina Federal de Prensa, confesó una vez en una entrevista que era miembro del Puente Atlántico. (284) Cómo el Berliner Zeitung comenzó un reportaje sobre el poder del Puente Atlántico bajo el titular "Los contactos llegan hasta la Casa Blanca":

El portavoz del Gobierno, Bela Anda, la tutea, al igual que el redactor jefe del Bild, Kai Diekmann. Al ex canciller alemán Helmut Kohl le gusta fotografiarse con ella y el ex presidente de EE.UU. George Bush, el mayor, la llama amablemente "querida Beate". Beate Lindemann no es política, no dirige una empresa ni es editora, y sin embargo suele estar al lado de los poderosos: Beate Lindemann es la vicepresidenta ejecutiva de una de las redes más influyentes de esta república, la Atlantik-Brücke. Fundada en 1952, el principal objetivo de Atlantik-Brücke es fomentar y fortalecer la amistad germano-estadounidense. (285)

Al final de este capítulo, no se puede evitar la impresión de que organizaciones similares a pulpos con controvertidos vínculos con los servicios de inteligencia, como el Atlantic Bridge, en cuyo consejo de administración se sienta el jefe del Bild, Kai Diekmann (286), por decirlo suavemente, influyen en nuestros medios de comunicación. "Falta periodismo de calidad: los periodistas como grupos de presión": así ve las actividades de la organización la revista especializada Meedia. Y se pregunta: "Los periodistas no dejan que sus lectores dicten sus opiniones, pero ¿quizá las organizaciones sí? (287) Evidentemente, no está muy lejos de periodista a propagandista.

Poder encubierto:

Técnicas clásicas de propaganda

El ya mencionado académico Uwe Krüger escribió su tesis doctoral sobre la influencia de las élites en los periodistas alemanes. Krüger muestra las redes de personas importantes en los negocios, la política y el periodismo. Según esto, en lugar de representar un mercado abierto de ideas, ciertos periodistas representan a menudo las posiciones de quienes ostentan el poder. Krüger afirma en una entrevista con Michael Voregger:

Yo era periodista y en la universidad me inculcaron grandes ideales de independencia, crítica y control. Entonces, cuando me dedicaba al periodismo de medios, es decir, a informar sobre periodismo y periodistas, me topé con una conferencia secreta: la Conferencia anual de Bilderberg. Allí se reúnen políticos, militares, empresarios y periodistas de Norteamérica y Europa Occidental. En aquel momento, apenas se sabía nada de esta conferencia, y los periodistas que asistían no informaban sobre ella. Comenzó para mí una búsqueda para averiguar qué ocurría realmente en el trasfondo. (288)

A la pregunta de cuán cerca están los periodistas de las élites de nuestra sociedad y qué medios de comunicación tienen contactos especialmente buenos, responde el científico:

*Registré los contactos de periodistas con las élites en todos los ámbitos. Había 64 periodistas implicados en 82 organizaciones en las que también participaban élites de la política o el mundo empresarial. Destacaron las redes de cuatro periodistas especializados en política exterior: el redactor de política exterior del *Süddeutsche Zeitung*, Stefan Kornelius, el redactor responsable de política exterior del FAZ, Klaus-Dieter Frankenberger, el corresponsal jefe del *Welt*, Michael Stürmer, y el coeditor del *Zeit*, Josef Joffe. Participaban en grupos de reflexión sobre política exterior y de seguridad, en asociaciones afines a Estados Unidos y la OTAN, y en reuniones confidenciales en las que siempre se reunían las mismas personas. (289)*

Krüger confirma declaraciones que en el pasado se habrían considerado teorías conspirativas, por ejemplo:

Obviamente, hay un gran beneficio individual para los periodistas: información de fondo, orientación, contactos exclusivos, entrevistadores de alto nivel. Pero veo sólo un beneficio limitado para los lectores y telespectadores. No obtienen el conocimiento en forma de reportajes y artículos de estos círculos de fondo, sino el conocimiento y también la perspectiva de las élites. Esto desemboca en comentarios y editoriales que se creen escritos por periodistas independientes y críticos. Esto también puede llegar a ser absolutamente contraproducente cuando los periodistas forman parte integrante de procesos confidenciales de planificación política sobre los que se comprometen a guardar silencio. Esto se debe a que las élites dirimen las tensiones en entornos confidenciales y encuentran el consenso antes incluso de que pueda comenzar el debate público. El periodista, sin embargo, es un defensor del público. (290)

El científico Krüger afirma que algunos periodistas y medios de comunicación se han alejado de su función de control:

Cuanto más se acercan a los que mandan y toman las decisiones, más se alejan de la crítica y el control. La proximidad suele comprarse con conformidad. Así que tenemos que discutir cuán grande debe ser la distancia entre los periodistas y las élites. ¿Queremos que nuestros mayores y más influyentes medios de comunicación tengan un fuerte sesgo hacia las élites, o queremos tener más observadores, críticos y controladores neutrales, pero que no siempre tengan las indiscreciones más picantes y la última información privilegiada del entorno de las élites? (291)

En la entrevista, Krüger habla del "partidismo" de los periodistas que investigó y señala que el célebre periódico New York Times tiene un párrafo en su código deontológico que establece que los periodistas no pueden participar en organizaciones que a su vez se dediquen a actividades de interés periodístico o que estén relacionadas con la política y los negocios. Krüger afirma: "No se les permite formar parte de consejos asesores o patronatos. Sólo se les permite participar en la educación y la formación periodísticas. Es una ley de pureza que me gustaría que se implantara también en Alemania".

Albrecht Müller, antiguo jefe de planificación de la Cancillería Federal, ha estudiado y analizado detenidamente las anteriores declaraciones de Krüger. Habla de la "Gleichschaltung organizada por Estados Unidos de importantes medios de comunicación líderes" en Alemania. (292) El influyente Müller exige:

Es importante educar sobre la sincronización organizada de muchos medios de comunicación. Es importante sacudir así la credibilidad de estos medios. (...) Por lo tanto, mi más sincera petición: Ilumínenos sobre la dependencia de muchos medios de comunicación alemanes de los gobernantes y de una ideología gobernante de orientación militar, que, por cierto, siempre tiene también un lado doméstico y sociopolítico. Dar nombres. Porque la agitación en curso no carece de nombre. La organizan y la llevan a cabo personas. La credibilidad de estas personas debe ser sacudida hasta la médula. (293)

A continuación figura una tabla con nombres de influyentes periodistas alemanes que participaron o participan en organizaciones de élite de política exterior y de seguridad de orientación transatlántica. Esta tabla es un extracto del libro de Uwe Krüger (véanse allí las páginas 119-122):

La siguiente es una tabla de nombres de periodistas alemanes predominantes que participaron en organizaciones de élite de política exterior y de seguridad de orientación transatlántica o son. Esta mesa es un extracto del libro de Uwe Kruger (ver allí las páginas 119-122):

Medio	Nombre	Organización en la que participó el periodista entre 2002 y 2009
ZEIT	Josef Joffe	American Academy in Berlin American Council on Germany American Institute for Contemporary German Studies Aspen Institute Deutschland Atlantik-Brücke Bilderberger Europe's World Goldman Sachs Foundation Hypovereinsbank International Institute for Strategic Studies »Internationale Politik« Münchner Sicherheitskonferenz »The American Interest« Trilaterale Kommission

ZEIT	Matthias Naß	Atlantik-Brücke Bilderberg
ZEIT	Marc Brost	Atlantik-Brücke
Süddeutsche Zeitung	Stefan Kornelius	American Institute for Contemporary German Studies Bundesakademie für Sicherheitspolitik Deutsche Atlantische Gesellschaft Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik »Internationale Politik« Körber-Stiftung Münchner Sicherheitskonferenz
ZDF	Claus Kleber	Aspen Institute Deutschland
ZDF	Peter Frey	Bundesakademie für Sicherheitspolitik Körber-Stiftung
BILD	Kai Diekmann	Atlantik-Brücke
FAZ	Klaus-Dieter Frankenberger	Atlantische Initiative Bundesakademie für Sicherheitspolitik Institut für Europäische Politik Münchner Sicherheitskonferenz Trilaterale Kommission
FAZ	Günther Nonnenmacher	Centrum für angewandte Politikforschung Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik International Institute for Strategic Studies Internationale Politik Valdai Discussion Club Walter-Rathenau-Institut
FAZ	Frank Schirrmacher (+Juni 2014)	Herbert-Quandt-Stiftung M100 Sanssouci-Colloquium
WELT	Michael Stürmer	Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik European Council on Foreign Relations German British Forum Münchner Sicherheitskonferenz Valdai Discussion Club

Según la versión revisada de la tesis doctoral de Uwe Krüger ("Meinungsmacht"), las personas mencionadas estuvieron vinculadas a las instituciones mencionadas de diversas maneras en los últimos años, por ejemplo, mediante su pertenencia a asociaciones, consejos consultivos o patronatos o, por ejemplo, también con su participación en conferencias, charlas de prensa o conversaciones confidenciales.

Básicamente, el científico de los medios Krüger observó que los periodistas del FAZ se encuentran entre los creadores de opinión mejor conectados de Alemania. El coeditor Nonnenmacher (política) ocupa el tercer lugar de la lista, el jefe de política exterior de FAZ Frankenberger el quinto y el coeditor de FAZ Schirmmacher (páginas de fondo), fallecido en junio de 2014, el noveno, mientras que el excanciller federal y coeditor de Zeit Helmut Schmidt solo ocupa el puesto 15. (294)

El editor del FAZ Günther Nonnenmacher, por ejemplo, es miembro de la organización "Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik" (DGAP), que figura en el registro oficial de grupos de presión del Bundestag alemán ("Lobbyliste" (295)). Según Lobbypedia y en su propia presentación, esta organización forma parte de la red de grupos de presión de Transatlantic Policy Network. (296)

Lobbypedia escribe: "La Red de Política Transatlántica (TPN) es una organización de presión de grandes empresas europeas y estadounidenses, así como de redes relacionadas con los negocios, que influye en la política transatlántica en el sentido de sus intereses económicos implicando a políticos europeos y estadounidenses. Se ve a sí misma como una red de sus miembros". (297) Así pues, tanto desde la perspectiva del Bundestag como desde la de la Lobbypedia, el redactor Nonnenmacher del FAZ es, en mi opinión, miembro activo de una organización de lobby (la propia DGAP niega ser una organización de lobby). (298) Por eso no es de extrañar que la FAZ y el grupo de presión DGAP organicen actos conjuntos. La página de inicio dice: "El Foro DGAP de Fráncfort se fundó en 2010 por iniciativa de los miembros de nuestro Comité Ejecutivo Herbert J. Scheidt y el Prof. Dr. Günther Nonnenmacher. Bajo el nombre "DGAP en diálogo", el Foro organiza eventos de alto nivel en estrecha colaboración con el Frankfurter Allgemeine Zeitung y el Bank Vontobel en las instalaciones del FAZ." (299)

Entre los lobistas del FAZ se encuentra el jefe de política exterior Klaus-Dieter Frankenberger, que en 2008 fue recompensado por sus reportajes transatlánticos

con el premio de medios de comunicación de la Steuben-Schurz-Gesellschaft (en la página web dice que "promovió el entendimiento germano-americano").(300) Frankenger también forma parte del consejo asesor de la Iniciativa Atlántica. (301) Desde mi punto de vista personal, esto último es probablemente una transgresión del papel profesional periodístico de mero observador.(302)

Al fin y al cabo, la organización también figura en la "lista de grupos de presión" del Bundestag. (303) El editor de política exterior del FAZ, Nonnenmacher, y el jefe del departamento de política exterior del FAZ, Frankenger, son por tanto, en mi opinión, grupos de presión. De esta información se podría sacar la conclusión de que persiguen intereses muy concretos de una red elitista. Y ahora lean lo que anuncia el FAZ en su autorretrato: " Desde su fundación en 1949, el FAZ ha concedido la mayor importancia a su independencia".(304) Cada vez más lectores dan la espalda a este tipo de "independencia". El antaño renombrado FAZ está perdiendo popularidad rápidamente, y los lectores de toda la vida sencillamente cancelan su suscripción al tendencioso periódico. Cada vez son menos los que quieren gastar dinero en este tipo de "calidad periodística". (305) Al fin y al cabo, la proximidad a las redes de la élite también puede influir en la información.

Una de las preguntas más importantes de la investigación de Krüger es: ¿Se refleja también en sus reportajes el apego a las élites de los periodistas de primera línea Klaus-Dieter Frankenger (FAZ), Stefan Kornelius (Süddeutsche), Josef Joffe (Zeit) y Michael Stürmer (Welt)? Krüger dice al respecto:

Sí, yo también empecé el trabajo con esta tesis de la "apropiación cognitiva" de los periodistas por parte de las élites. Y cuando examiné los artículos de los cuatro, comprobé que los periodistas estaban completamente de acuerdo con las élites e incluso utilizaban técnicas clásicas de propaganda.(306)

Los periodistas del FAZ, Süddeutsche, Zeit y Welt utilizan así "técnicas clásicas de propaganda", según las conclusiones del científico. ¿Cómo, por favor, es eso compatible con la libertad de prensa? Y Krüger menciona bastantes otros detalles picantes para el pasado:

En mi investigación, había un jefe de departamento de política exterior que formaba parte del consejo de la Sociedad Atlántica Alemana, una asociación de presión para la OTAN. Y había jefes de departamento de política exterior y un director de estudio de ZDF Capital que formaban parte del consejo asesor de la

Academia Federal de Política de Seguridad, donde asesoraban al gobierno federal en cuestiones de seguridad. Si eso dejara de ser posible, si esos puestos honoríficos fueran declarados tabú para los periodistas, se ganaría mucho. (307)

A uno le gustaría saber quién ignoró la distancia de seguridad éticamente exigida entre el periodismo y las élites. ¿Quién es el redactor de política exterior que se sentó en un club de lobby de la OTAN? Según Krüger, fue Stefan Kornelius, jefe de política exterior del Süddeutsche. (308)

¿Y quién es el jefe del departamento de política exterior que formaba parte del consejo asesor de la Academia Federal de Política de Seguridad, donde asesoraba al Gobierno federal en cuestiones de seguridad? Según Krüger, Klaus-Dieter Frankenberger, del FAZ, fue el jefe del departamento de política exterior que atrajo tanta atención.

Al principio, los periodistas afectados no quisieron hacer declaraciones al científico Krüger, que se limitó a enumerar en principio cómo los periodistas mencionados están entrelazados con tales grupos, escribe Krüger:

Los cuatro periodistas recibieron el estudio, junto con una invitación a presentar sus opiniones en artículos separados para la publicación del libro. Los cuatro declinaron la invitación. (309)

Kallmorgen y Bohnen - Dudosos profesionales de las relaciones públicas y periódicos de renombre

Según la misma información facilitada por Uwe Krüger, el hombre del FAZ Klaus-Dieter Frankenberger fue también miembro del consejo asesor de la Atlantic Initiative, miembro del consejo de administración del Institute for European Politics (310) y miembro de la Comisión Trilateral. (311) He analizado todo esto más detenidamente. Se denomina lobby al grupo de presión del Parlamento, donde originalmente los representantes de diversos grupos (grupos de presión) recordaban a los diputados que podían ser expulsados de sus cargos, ejerciendo así una forma de control y ofreciendo también la perspectiva de obtener beneficios por determinados comportamientos. El Presidente del Bundestag alemán mantiene una lista pública en la que pueden inscribirse todas las asociaciones que deseen representar sus intereses ante el Bundestag o el Gobierno Federal. La lista es accesible al público como "lista de grupos de presión".(312) Y en esta lista de grupos de presión está inscrito el Instituto de Política Europea. (313) Según el informe, el periodista Frankenberger participaba activamente en un grupo dirigido oficialmente como organización de presión por el Bundestag alemán.(314) También inscrita en la lista oficial de grupos de presión: la Iniciativa Atlántica.(315) Frankenberger, jefe del departamento de política exterior del FAZ, incluso forma parte hoy de su consejo asesor. (316)

Veámoslo más de cerca. El Institute for European Politics es, en mi opinión, un grupo de interés de la UE porque tiene una "asociación estratégica" con la Comisión Europea. En su página web dice: "El Instituto de Política Europea (IEP) es un socio estratégico de la Comisión Europea y recibe apoyo financiero de ella".(317) Y es una organización de presión de los círculos gubernamentales alemanes que apoyan la "integración" europea, es decir, la ampliación de la UE. (318) que no goza de gran popularidad entre la población, bajo la apariencia de proyectos de investigación e integración.

La Comisión Trilateral, también mencionada en relación con Frankenberger, de la que hablaremos en otro capítulo, es una agrupación de intereses privados de la industria financiera. Y la Iniciativa Atlántica es una controvertida organización de presión proestadounidense.(319) cofundada por los propietarios de la agencia de relaciones públicas y consultoría de gestión Bohnen Kallmorgen & Partner. (320)

Echemos un vistazo más de cerca a los dos fundadores de la Iniciativa Atlántica. El querido Sr. Kallmorgen dirigió el Programa de Relaciones Transatlánticas del Consejo Alemán de Relaciones Exteriores (DGAP) hasta finales de 2007. Tras licenciarse en Historia y Ciencias Políticas, cursó un máster en Relaciones Internacionales en la Universidad de Georgetown, en Washington DC. Durante este tiempo, trabajó para varias consultorías de gestión y para el Banco Mundial. De 2000 a principios de 2003, trabajó para la empresa bancaria Goldman, Sachs & Co. Kallmorgen es miembro del Programa de Jóvenes Líderes de Atlantik-Brücke e. V." . [\(321\)](#)

Según LobbyControl, Kallmorgen, antiguo gestor de inversiones de Goldman Sachs, es también miembro de un grupo de presión para "una plataforma de inversores financieros y fondos de cobertura", que "opera en la misma dirección que Bohnen Kallmorgen und Partner". [\(322\)](#)

Estimado Sr. Bohnen " es también fundador y miembro honorario del consejo de la Iniciativa Atlántica. Estudió en la Universidad de Georgetown, en Washington, DC (Master of Science), y se doctoró en Política Internacional en Oxford. Tras trabajar para el think tank estadounidense CSIS, el Bundestag alemán y la Fundación Bertelsmann, entre otros, fue portavoz de prensa de un partido estatal y redactor de discursos para el Ministro Federal de Educación e Investigación". [\(323\)](#)

Según LobbyControl, otra organización de presión fundada por Kallmorgen y Bohnen "se dedica a una forma desordenada de presión (...) en la que se vende como algo que no es: se vende como una iniciativa sin ánimo de lucro apoyada principalmente por científicos y miembros de la sociedad civil, pero en realidad es la invención de una agencia de presión; engaña al público sobre sus verdaderos objetivos y sus miembros; y en última instancia sigue sin estar claro cómo se financia".[\(324\)](#)

Resumamos: Según esto, la Iniciativa Atlántica fue fundada en un papel destacado por personas que son sin duda -por decirlo de forma extremadamente educada y cuidadosa- controvertidas: Según LobbyControl, son grupos de presión sucios que en el pasado han engañado al público sobre sus verdaderos objetivos en su labor de presión. Y lo han hecho con la ayuda de los medios de comunicación. En 2011, la revista suiza Saldo informó bajo el titular "Periodistas al servicio de las agencias de relaciones públicas" sobre cómo los renombrados periódicos FAZ y Süddeutsche Zeitung -independientemente de la Iniciativa Atlántica- se dejaron enjaezar por Kallmorgen y Bohnen a sus carros de relaciones públicas. [\(325\)](#) Dicen que un nuevo estudio sugiere ahora que los

artículos del FAZ y el Süddeutscher "difunden el mensaje adulterado de una empresa de relaciones públicas". Se refiere a Kallmorgen, Bohnen y sus redes de lobby. Continúa diciendo sobre el desprestigio acrítico de medios de renombre por parte de la agencia de relaciones públicas: "La farsa ilustra la facilidad con la que las empresas de relaciones públicas pueden utilizar a los periodistas para sus propios fines". Kallmorgen y Bohnen ya fueron advertidos por el PR Council en 2011 por su apariencia engañosa. (326) Y presentan organizaciones "dudosas" como "iniciativas sin ánimo de lucro" para generar contratos de consultoría. Interés propio en lugar de beneficio público. Un modelo de negocio turbio.(327) Y el jefe de política exterior del FAZ, Frankenberger, forma parte del consejo asesor de una organización fundada por estos grupos de presión, la Iniciativa Atlántica, que figura en el registro de grupos de presión del Bundestag.(328) Es evidente que se siente cómodo (al igual que sus colegas de otras asociaciones mencionadas) en el entorno de las organizaciones de grupos de presión. Albrecht Müller, ex jefe de planificación de la Cancillería Federal, dice de esos periodistas: " La proximidad a las élites y a su orientación política también es rentable para las carreras de los periodistas mencionados" . También tienen " éxito profesional gracias a su orientación ideológica y a sus vínculos con los círculos poderosos de las élites".(329)

A modo de recordatorio: El ex jefe de planificación de la Cancillería Federal habla a estos periodistas de la "Gleichschaltung organizada por EE.UU. de importantes medios de comunicación líderes" en Alemania.(330) Así que si alguna vez vuelves a tener delante el Frankfurter Allgemeine u otros medios supuestamente de renombre - entonces ya sabes lo que posiblemente pensar de algunos de los informes: técnicas clásicas de propaganda en línea con las élites. Es evidente que los periodistas están mentalmente controlados por las élites.

Una empresa sería probablemente despediría a los periodistas sin previo aviso si se conocieran y demostraran las interconexiones que aquí se muestran. Es fácil comprender por qué esto no ocurre: Los responsables de esto en la alta dirección están ellos mismos en las oscuras redes y tendrían que firmar ellos mismos el despido sumario. Así que siguen aplaudiendo el fieltro. Como ciudadano que paga por "información", uno se siente más que engañado.

Los trolls de Obama:

La Quinta Columna estadounidense

Supuestamente, en Alemania tenemos un amplio abanico de periódicos, cadenas de televisión y otros medios de comunicación con las opiniones más diversas. Desde la extrema derecha hasta la extrema izquierda. Los periodistas son independientes de los objetos y las personas sobre los que informan. Comprometidos sólo con la verdad objetiva. ¿Y la realidad? En la realidad, la libertad de opinión es aparentemente sólo simulada.

Desde el final de la Segunda Guerra Mundial, las organizaciones de presión estadounidenses han hecho metástasis en masa en suelo alemán. Como resultado, en los gobiernos alemanes, cada vez más ministros deben su carrera a la protección de los silos estadounidenses. Y también los periodistas, como hemos visto y veremos, están mentalmente controlados por las organizaciones de lobby estadounidenses.

En 2014, leí el siguiente pasaje en el renombrado Neue Zürcher Zeitung sobre personas supuestamente malvadas que mienten y engañan al público día tras día:

Un artículo del diario ruso "Novaya Gazeta", crítico con el Gobierno, informaba hace seis meses de que una "agencia de estudios de Internet" de San Petersburgo ofrecía 650 francos al mes y comida gratis a quienes escribieran regularmente comentarios en Internet en favor del Kremlin. Los operadores de la agencia proceden del entorno de organizaciones juveniles leales al Kremlin ...
[\(331\)](#)

Conmueve. Es conmovedor. Los malvados rusos del Kremlin pagan a jóvenes para que hagan propaganda del gobierno ruso en internet. Un escándalo. Pobres rusos reciben comida gratis y unos euros a cambio de propaganda. Noticias como esta corren como la pólvora por el mundo supuestamente libre. La perfidia de todo esto. Pero espere: ¿qué pasa con los innumerables periodistas de habla alemana que, a cambio de favores, hacen propaganda voluntariamente para organizaciones proamericanas, para empresas o para políticos? ¿Por qué no es un escándalo, sino "algo normal"? Casi todas las organizaciones proamericanas o de inteligencia mencionadas en este libro tienen blogs en los que también escriben regularmente periodistas alemanes. Y los mismos periodistas se encuentran a menudo con una foto en las invitaciones de las organizaciones a banquetes - ¿es

esto diferente de las "comidas gratis" mencionadas anteriormente para los rusos? Y estos periodistas fieles a la línea reciben a menudo invitaciones para viajar a Estados Unidos. Y allí se les permite dar conferencias (pagadas). Allí se cierra el círculo. No hay la más mínima diferencia entre esto y el informe del Neue Zürcher Zeitung, al que es tan fácil mirar de reojo en una primera lectura. Así son los reportajes comprados: existen en Oriente y Occidente. Sólo que aquí se ha convertido en algo tan "normal" y extendido que ya no nos damos cuenta de ello y lo damos por sentado.

Pero el Süddeutsche nos ofrece algo muy especial: en junio de 2014, escribí un artículo sobre los "trolls de Putin", sobre la supuesta propaganda de Rusia en los medios alemanes. Dice así: "Cientos de manipuladores a sueldo tratan de influir en la opinión en todo el mundo en las redes sociales y en las secciones de comentarios, incluido Süddeutsche.de, en interés del Kremlin.(332) Al leer el artículo, uno tiene la impresión de que entre los comentaristas de los portales en línea de los medios de comunicación alemanes de calidad se encuentran en su mayoría agentes de influencia leales a Moscú y controlados por Moscú. De modo que si hay un comentario inoportuno bajo un artículo, se supone que se trata de la quinta columna de Moscú. ¿Y ahora qué? La oficina de prensa ampliada de la OTAN escribe en forma de periodistas alemanes. Y también difunden artículos tendenciosos proamericanos en el Süddeutsche. (333) Esto último se ha demostrado científicamente en un estudio de Múnich y también en otro de Leipzig. ¿Y la Quinta Columna de Moscú contraataca luego en las columnas de comentarios bajo los artículos? No, esto no está científicamente probado, porque el Süddeutsche basa esta extraña valoración principalmente en fuentes más bien anónimas. Además del artículo mencionado, el Süddeutsche también proporcionó, como ilustración de todas las cosas, una foto propagandística de la organización "Reporteros sin Fronteras", en la que el presidente ruso Putin aparecía con su "apestoso dedo" levantado. La intención era sugerir al lector imparcial del Süddeutsche que a Putin le importa un bledo la libertad de prensa. Lo que se olvidó fue la referencia a quién financia a estos "Reporteros sin Fronteras" y para quién trabajan: En el pasado, por ejemplo, el Departamento de Estado de Estados Unidos y el multimillonario estadounidense George Soros estaban detrás de ellos. (334) La misión de Reporteros sin Fronteras, según el diario Junge Welt, es probablemente sobre todo la desinformación proamericana. (335) Todo esto lo oculta el Süddeutsche. Su lectura me recordó las "técnicas clásicas de propaganda" ya mencionadas en este capítulo. Como ciudadano normal, te sientes como en un parque infantil. O bien sientes que se burlan de ti.

Antes de que se nos olvide: Según la información del denunciante Edward Snowden, el servicio secreto británico puede manipular a su antojo los contenidos en internet. Así que no lo hacen los hackers, sino el Estado, una "democracia" europea. Incluso cambian los resultados de las encuestas en Internet. En el pasado, esto se consideraba una teoría de la conspiración. Y hoy es una realidad. Los programas también pueden cambiar votos y números de clics en la red, pero también censurar vídeos. El periodista Glenn Greenwald describe los programas como "algunos de los métodos más asombrosos de propaganda y engaño en Internet". (336) Ahora el servicio de inteligencia británico es un servicio asociado de los servicios estadounidenses. Y lo que los británicos pueden hacer en este campo (337) Los estadounidenses han sido capaces de hacerlo durante mucho tiempo. No sólo pueden hacerlo, sino que lo hacen. (338) En particular, censuran y manipulan los comentarios en Internet. (339) Y esta vigilancia masiva tiene, como siempre en la historia, un único objetivo: eliminar a los adversarios políticos. (340) ¿Cómo dice? ¿Ahora el Süddeutsche llama "trolls de Obama" a los estadounidenses que manipulan Internet de esta manera? ¿O sigue actuando como quinta columna de Estados Unidos, agitando unilateralmente contra los "trolls de Putin"?

El espíritu Rockefeller - la Comisión Trilateral

La pertenencia a asociaciones privadas de élite es, en principio, bastante legítima para los ciudadanos particulares. Y lo mismo ocurre cuando se trata de organizaciones a las que sólo pertenecen personas influyentes, muy influyentes. Lo único llamativo es que en público se sepa tan poco de la existencia de tales conexiones. Esto da alas a las teorías de la conspiración. Y entonces uno se pregunta también qué tienen que ver los periodistas en particular en ciertas organizaciones de las élites del poder.

Junto a los Bilderbergers, la Comisión Trilateral es sin duda una de las organizaciones más importantes de la élite del poder occidental. Fundada en 1973 bajo la égida de David Rockefeller, puede considerarse otra rama secreta de los Bilderbergers. [\(341\)](#)

Según Smilja Avramov, un experto en derecho internacional de Belgrado que ha escrito un libro sobre la organización, la Comisión Trilateral "no es otra cosa que un gobierno mundial en espera. En sus reuniones se negocian los problemas mundiales actuales y se toman las decisiones correspondientes...". [\(342\)](#) Hace unos años, según ella, también se decidió romper Yugoslavia al margen de una reunión de los Trilaterales. Podría pensarse que se trata de una teoría conspirativa, pero muchos expertos informan de cosas similares en relación con los Trilaterales. Por ejemplo, que las élites de las filas de la Comisión Trilateral decidieron imponer a los ciudadanos europeos las consecuencias financieras de la crisis económica y financiera europea. Así lo escribe, por ejemplo, el economista argentino Adrian Salbuchi en un artículo titulado "Socializar las pérdidas: ¿la absorción trilateral de Europa?" que merece la pena leer. [\(343\)](#) Según esto, desde hace muchos años, los trilaterales se ocupan sobre todo de salvar las fortunas de los superricos de este mundo. Y se supone que los principales medios de comunicación se encargan, con "neolengua" orwelliana, de que los ciudadanos se lo traguen obedientemente. Desde esta perspectiva, los medios de comunicación, que entonces escriben o informan en su sentido, no serían más que marionetas de la Comisión Trilateral. El científico de los medios de comunicación de Leipzig Uwe Krüger describe la Comisión Trilateral como una organización en la que las élites negocian sus "intereses" "antes de que se hagan públicos". [\(344\)](#)

La exclusión de la prensa, y por tanto del público, en las reuniones de los trilaterales suele explicarse por el hecho de que sólo bajo esta condición pueden los miembros intercambiar sus ideas y conclusiones abierta y libremente. Es como la mafia. Por lo tanto, básicamente no se filtra información fiable sobre las conversaciones y discusiones. Como consecuencia lógica, este mismo secretismo da lugar a un sinfín de especulaciones, a las que, sin embargo, hay que responder con el debido escepticismo. El experto en derecho internacional de Belgrado Smilja Avramov, mencionado anteriormente, dice, por ejemplo, sobre la Comisión Trilateral:

Para la Comisión Trilateral, la gobernanza global significa gobernanza sin gobiernos. De este modo, se persigue la destrucción de las funciones estatales en todo el mundo y se crean instrumentos a través de las llamadas organizaciones no gubernamentales para dirigir el destino de los pueblos más allá de los gobiernos existentes (345).

Después de todo, se podría llegar a la conclusión: Las crisis actuales no son accidentales, son deliberadas. Y además son provocadas por oscuras organizaciones como la Comisión Trilateral y sirven al objetivo del Nuevo Orden Mundial, una dictadura de las élites.

La importancia de sus reuniones queda demostrada, entre otras cosas, por los lugares de celebración: en 1977, la reunión anual de la Comisión Trilateral tuvo lugar en Alemania, directamente en la Cancillería. El entonces canciller Helmut Schmidt hizo traer sillas para que todos los poderosos pudieran sentarse en la Cancillería (346)

No han cambiado mucho las cosas desde entonces. La Asamblea General Anual de 2013 de la Comisión Trilateral se celebró en Berlín en marzo. En primera fila, como en Bonn en 1977, estaba el fundador David Rockefeller.(347)

En 2010, la Comisión Trilateral decidió en su reunión de Bruselas que los ciudadanos de la UE debían ceder más poder de decisión a Bruselas. El desmantelamiento de la soberanía de los Estados-nación debería conducir a la "unión económica", como la agencia de noticias Reuters nos lo hizo más tarde apetecible. (348) Se va a ceder más poder de decisión a Bruselas. ¿Estarán de acuerdo los ciudadanos, los contribuyentes, los votantes? ¿Cómo van a estarlo si ni siquiera están informados de lo que se decide a puerta cerrada? ¿Si ni siquiera saben lo que organizaciones reunidas en secreto como la Conferencia Trilateral están acordando por encima de sus cabezas?

La Lobbypedia, un proyecto de LobbyControl, califica a la Comisión Trilateral de "organización de lobby de la élite empresarial" (349). Siempre feliz de estar ahí: Klaus-Dieter Frankenberger, editor de política exterior de FAZ (350) El periodista, que ya llamaba la atención en mi época en el FAZ por sus botas de vaquero americanas con traje y sus puros gordos, obviamente también está orgulloso de su pertenencia a esta secreta organización de lobby de las altas finanzas. En su curriculum vitae oficial para el Frankfurter Allgemeine Zeitung escribe: "Responsable de política exterior desde principios de 2001. Miembro de la Comisión Trilateral". (351)

El periodista de FAZ Frankenberger está sentado en una organización junto al multimillonario David Rockefeller, el bilderberger Mario Monti y Jean-Claude Trichet, ex presidente del Banco Central Europeo, junto al jefe del Deutsche Bank Jürgen Fitschen y la ex secretaria de Estado estadounidense Madeleine Albright, junto al ex secretario de Defensa estadounidense John Deutch, junto al ex jefe de inteligencia estadounidense John Negroponte y Henry Kissinger.(352) ¿Es éste el lugar adecuado para un periodista que, según la concepción anterior de un medio de comunicación que funcione, debe tener ante todo una función de control?

Un destacado periodista alemán al mismo tiempo en una organización conspirativa de lobby de la élite económica y del multimillonario estadounidense David Rockefeller, ¿cómo puede ser? Y luego este periodista también escribe sobre ello, por ejemplo con motivo de la reunión anual de la organización en Berlín en 2013.(353) El subtítulo del titular reza " Un faro no existe - ¿o quizás sí?". Y el artículo comienza con las palabras: " Hace 40 años, David Rockefeller creó la Comisión Trilateral". ¿Sospecha el lector que aquí un miembro de la asociación está escribiendo sobre su propia asociación?

Si uno busca en los archivos de FAZ, hay, en mi opinión, muchos informes de Frankenberger para la Comisión Trilateral y para David Rockefeller que recuerdan a reportajes judiciales. En abril de 2003, por ejemplo, Frankenberger comenzó un texto (" America's new playmate") con las siguientes palabras: " Hace treinta años, David Rockefeller tuvo una buena idea: ¿No había llegado el momento de crear un foro ... ". . Y en marzo de 2013, Frankenberger comenzó el artículo de FAZ " Welt in Unruhe" con las palabras: " Hace 40 años, David Rockefeller creó la Comisión Trilateral. Fue la respuesta del banquero neoyorquino, mecenas de las artes ..." . ¿El buen multimillonario Rockefeller con las buenas ideas, la buena Comisión Trilateral? Recuerdan lo que escribí al principio de este libro sobre otro multimillonario y los reportajes de

Frankenberger (¡y míos!) en el FAZ: el otro multimillonario se llamaba Sultan Qabus y nos pagaba a Frankenberger y a mí viajes de lujo de ensueño, de los que ambos deliramos durante mucho tiempo entre nuestros colegas. Nos habíamos dejado "sobornar" de buen grado para hacer reportajes judiciales en la FAZ. La pegajosa cercanía de Frankenberger a las élites ha quedado patente. ¿Cuánta proximidad a las élites del dinero y el poder, cuánta implicación en organizaciones de presión se permite a los periodistas?

En este libro he mencionado muchas veces el nombre de mi antiguo colega Klaus-Dieter Frankenberger. No porque no me caiga bien. Al contrario. Pero precisamente porque lo he vivido de cerca a lo largo de los años, me ha quedado claro que los periodistas alfa como él son como una matrioska rusa. Me refiero a esas muñecas de palo en las que siempre encuentras nuevos niveles. Crees que por fin has encontrado el último nivel en el subsuelo oculto. Y entonces aparece el siguiente. En el caso de Frankenberger, en su día fue el consejo asesor de la Iniciativa Atlántica, luego la dirección del Instituto de Política Europea, la participación en las conferencias de seguridad de Múnich o la pertenencia a la controvertida Comisión Trilateral. Los periodistas, sin embargo, no deberían ser matrioskas en las que uno ya no sabe qué intereses podrían influirles, cuándo, dónde y cómo. La Comisión Trilateral es y sigue siendo una rama de los Bilderbergers. Y en mi opinión personal, los periodistas no tienen nada que hacer allí.

El sociólogo alemán Rudolf Stumberger habla de una tendencia a la refeudalización en el sentido de un mundo cada vez más significativo de élites autoproclamadas y sus estructuras que han surgido paralelamente a las estructuras oficiales -otras palabras para el fenómeno del gobierno en la sombra y su objetivo de ejercer un poder global, preferiblemente global, y un control total.

Ya es hora de que el público conozca estas estructuras y sus objetivos. Pero para que esto ocurra, este público, que hasta ahora ha estado deliberadamente desinformado, debe cambiar su forma de pensar. Y debe ser capaz y estar dispuesto a aceptar la realidad de estos órganos encubiertos de ese "pulpo" a la luz de las nuevas perspectivas. La Comisión Trilateral es sólo una de las muchas organizaciones de élite que están engullendo a los dirigentes alemanes como un pulpo.

A quien le sorprenda que las declaraciones de diversos políticos, del mundo empresarial y de la prensa sobre la política exterior alemana, por ejemplo, sean

casi idénticas, le aconsejamos que eche un vistazo al mundo de otras asociaciones elitistas sobre la política exterior alemana. Allí ha surgido en los últimos años una red orientada exclusivamente hacia las relaciones transatlánticas y la OTAN. Las mallas de esta red proamericana están ahora tan estrechamente entrelazadas que ninguna otra opinión puede penetrar. Las opiniones que se desvían de ella son rápidamente difamadas como elucubraciones irresponsables y presuntamente peligrosas. Cualquiera que plantee la cuestión de las redes es rápidamente descartado e insultado como teórico de la conspiración. Además de la Comisión Trilateral del multimillonario Rockefeller, también tienen gran influencia en Alemania la Academia Americana, el Comité Judío Americano, el Instituto Aspen, el Puente Atlántico, la Iniciativa Atlántica, la Sociedad Atlántica Alemana, el Consejo Alemán de Relaciones Exteriores (DGAP) y el Consejo Europeo de Relaciones Exteriores (ECFR) del multimillonario George Soros.

Las personas que trabajan en red en organizaciones de este tipo y similares y su entorno incluyen o se incluyen sobre todo:

Apellido	Nombre	Organización	situación profesional
Baring, Prof. Dr	Arnulf	Iniciativa Atlántica	Historiador
Berger, Prof. Dr. h. c.	Roland	Puente Atlántico Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR	Roland Berger Strategy Consultants
Brok	Elmar	Sociedad Alemana EUROPARLAMENTARIA Política Exterior DGAP	MEP
Brzezinski, Dr.	Mark	Iniciativa Atlántica	McGuireWoods
Bütikofer	Reinhard	Comité Judío Americano Instituto Aspen Puente Atlántico Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP	MEP
Chrobog	Jürgen	Iniciativa Atlántica	Fundación BMW Herbert Quandt

Cromme, Dr	Gerhard	Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR Instituto Aspen	Presidente del Consejo de Supervisión, Siemens AG
Diekmann	Kai	Puente Atlántico	Diario Bild
Von Dohnanyi, Dr.,	Klaus	Sociedad Alemana EUROPARLAMENTARIA Política Exterior DGAP	Alcalde de Hamburgo, Antiguo Gobierno SPD
Dombret Dr.	Andreas	Puente Atlántico	Comité Ejecutivo Bundesbank
Döpfner, Dr.	Mathias	Academia Americana Instituto Aspen Comité Judío Americano	Springer Verlag
Enders	Thomas	Instituto Aspen Puente Atlántico Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP	EADS
Fischer	Joschka	Puente Atlántico Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR	Ex ministro de Asuntos Exteriores
Fitschen	Jürgen	Puente Atlántico	Deutsche Bank
Frey, Dr.	Peter	Comité Judío Americano	ZDF
Gauck	Joachim	Puente Atlántico	Presidente Federal
Genscher, Prof. Dr. h.c	Hans-Dietrich	Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP	ex Ministro de Asuntos Exteriores
Graf Lambsdorff	Alexander	Comité Judío Americano Puente Atlántico Iniciativa Atlántica Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR	MEP
Graf Lambsdorff	Hagen	Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP	Diplomático
Großmann Dr.	Jürgen R,	Puente Atlántico	Georgsmarienhütt

Guttenberg zu	Karl-Theodor	Puente Atlántico Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR	e Anterior Ministro de Defensa
Holbrooke	Richard C.	American Academy	Embajador de EE.UU. 1993, dece. 2010
Inacker, Dr.	Michael	Academia Americana Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Handelsblatt
Ischinger	Wolfgang	Academia Americana Comité Judío Americano Puente Atlántico Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR	Allianz SE, Presidente de la Conferencia de Seguridad de Munich
Joffe Dr.	Josef	Academia Americana Instituto Aspen	Die Zeit, editor
Kempe Dr.	Frederick	Puente Atlántico	El Consejo Atlántico de Estados Unidos
Kiep	Walther Leisler	Puente Atlántico Iniciativa Atlántica	Politico
Kissinger	Henry A.	Academia Americana	ex Secretario de Estado de EE.UU.
Klaeden von	Eckart	Instituto Aspen Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP Puente Atlántico Iniciativa Atlántica	Daimler
Klose	Hans-Ulrich	Comité Judío Americano Puente Atlántico Iniciativa Atlántica Consejo Alemán de Relaciones Exteriores	Político SPD

		DGAP	
Koch-Weser	Caio	Puente Atlántico Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR	Deutsche Bank
Kornblum	John C.	Academia Americana Iniciativa Atlántica	Embajador de EE.UU. 1997 - 2001, Presidente de Lazard Alemania
Lange	Christian	Puente Atlántico	Miembro del Bundestag, SPD
Lindemann	Beate	Comité Judío Americano Puente Atlántico Iniciativa Atlántica	Vicepresidente Ejecutivo, Foro Atlántico
Maltzahn Freiherr von	Paul	Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Diplomático
Maltzahn von Mißfelder	Nina Philipp	Academia Americana Puente Atlántico Iniciativa Atlántica Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Miembro del Bundestag, CDU
Müller	Kerstin	Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	
Murphy	Philip D.	Puente Atlántico	Embajador de EE.UU.
Naumann, Dr.	Michael	Comité Judío Americano	Ex Ministro de Estado
Nouripour	Omid	Puente Atlántico Sociedad Atlántica Alemana	Miembro del Bundestag, Verdes
Nowak	Wolfgang	Comité Judío Americano	Alfred Herrhausen Sociedad
Oetker, Dr.	Arend	Comité Judío Americano Puente Atlántico	Dr. Arend Oetker Holding GmbH &

		Iniciativa Atlántica Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Co. KG
Oppenheim, Freiherr von	Christopher	Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Bankhaus Oppenheim
Pflüger, Prof. Dr.	Friedbert	Puente Atlántico, Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Secretario de Estado (ret.)
Polenz	Ruprecht	Iniciativa Atlántica Consejo Europeo de Relaciones Exteriores ECFR	Miembro del Bundestag, CDU
Primor	Avi	Iniciativa Atlántica	Ex Embajador del Estado de Israel
Robbe	Reinhold	Comité Judío Americano Sociedad Atlántica Alemana	Ex miembro del Bundestag, SPD
Sandschneider, Prof. Dr.	Eberhard	Iniciativa Atlántica, Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Otto Wolff Director del Instituto de Investigación de la DGAP
Sommer, Dr.	Theo	Consejo Alemán de Relaciones Exteriores DGAP	Anteriormente Die Zeit
Teltschik, Prof. Dr. h. c.	Horst M.	Instituto Aspen Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP Iniciativa Atlántica	Ex Presidente de la Conferencia de Seguridad de Múnich, Asesor
Vassiliadis	Michael Zissis	Puente Atlántico	Sindicato de Trabajadores de la Minería, la Química y la Energía
Voigt	KarstenD.	Instituto Aspen Sociedad Alemana de Política Exterior DGAP	Ex miembro del Bundestag, SPD

		Iniciativa Atlántica	
Warburg	Max M.	Puente Atlántico	M. M. Warburg & Co. Privatbank
Weizsäcker von	Richard	Academia Americana	ex Presidente Federal
Wenning	Werner	Puente Atlántico	Bayer AG
Wowereit	Klaus	Academia Americana	Ex alcalde de Berlín

Cuando uno ve cómo, por ejemplo, los multimillonarios Rockefeller y Soros mueven los hilos en el trasfondo de tales organizaciones, entonces se aclaran muchas cosas. Un ejemplo: el célebre semanario británico liberal de izquierdas *New Statesman*, fundado en 1913, reveló ya en 2003 en un largo reportaje a quién confía el multimillonario George Soros tareas de dirección en organizaciones supuestamente sin ánimo de lucro que cofinancia: a menudo son exempleados de los servicios de inteligencia estadounidenses o de organizaciones relacionadas con la inteligencia u oficiales militares.⁽³⁵⁴⁾ "Puede que a George Soros", escribió el *New Statesman*, "no se le describa directamente como un agente de la CIA a sueldo completo, como han hecho algunos. Pero no cabe duda de que sus empresas y ONG están estrechamente implicadas en la expansión de Estados Unidos"⁽³⁵⁵⁾. Soros, Rockefeller y los think tanks transatlánticos han acompañado los derrocamientos en los países del antiguo bloque del Este y en Oriente Medio y el Norte de África, a veces incluso los han provocado ellos mismos, principalmente por consideraciones económicas y de poder estratégico. En el Consejo Europeo de Relaciones Exteriores (ECFR) del multimillonario George Soros, el procedimiento es siempre el mismo: un acontecimiento como un resultado electoral desagradable para los propios intereses económicos se difama públicamente como manipulación, o un incidente como el de Túnez -la supuesta autoinmolación de un verdulero- se toma como ocasión para protestas y manifestaciones sostenidas, organizadas a través de los nuevos medios de comunicación, hasta que el gobierno en funciones se rinde y dimite. La intención es que de este modo llegue al poder un gobierno simpatizante de Estados Unidos y al servicio de los intereses económicos neoliberales de Soros.

El periódico *Der Freitag* escribe sobre la maquinaria golpista de Soros:

Sin embargo, Soros es conocido por admitir su participación en "cambios de régimen" y revoluciones sólo cuando no es peligroso para él. Cuando los hechos

creados se han convertido en historia, como en el caso de Solidarnosc en Polonia en la década de 1980 y su largamente planeado derrocamiento del gobierno de Milosevic en Serbia, financiado con cientos de millones de dólares, entonces admite sin problemas su autoría e incluso se jacta de ello. En el caso de la Revolución de las Rosas en Georgia, donde la maquinaria de Soros también golpeó y llevó a Sakashwilli al poder con la bendición del multimillonario, Soros ya se ha vuelto algo más cauto. En la agitación de las luchas por el poder en Egipto y la Revolución de los Jazmines, sin embargo, no hay ninguna "carta de confesión" del autoproclamado filántropo con ansias de destruir Estados y sociedades.[\(356\)](#)

Y nuestros representantes de los medios de comunicación siguen el juego a las campañas de prensa guiadas que hay detrás, quizá por pura ignorancia? Tomemos solo un reportaje del periodista Peter Riesbeck que apareció en el Frankfurter Rundschau y también en el Berliner Zeitung en julio de 2013 sobre supuestos disturbios proeuropeos en Bulgaria [\(357\)](#). Comienza con las palabras: "Dimitar Bechev conoce la situación en Sofía". Y luego el lector se entera: "Bechev trabaja en Sofía para el Consejo Europeo de Relaciones Exteriores (ECFR), un instituto europeo de investigación con oficinas en Sofía, Berlín y Londres".

El ECFR del multimillonario George Soros se vende así al lector medio como un "instituto de investigación" científica. Ni una palabra sobre George Soros y las manifestaciones que ha suscitado a través de ECFR en su interés. Y así, Bechev, que no sólo trabaja para ECFR, como afirma Riesbeck, sino que incluso dirige la oficina de Sofía [\(358\)](#), incluso "por mero interés como científico social" "a veces salió él mismo a la calle". Qué nobles son los motivos de los manifestantes de Sofía. "Estamos por la democracia real", dicen en el artículo. Al igual que con las protestas en el mundo árabe, se pinta la imagen de los manifestantes jóvenes, bien educados y supuestamente totalmente orientados hacia Occidente. Y se pide a Europa que intervenga en favor de los manifestantes. Todo parece una campaña de prensa controlada.

Los estallidos supuestamente espontáneos de indignación y cólera popular son siempre el vehículo para dar la vuelta no sólo a Estados enteros, sino también a regiones, en beneficio de Estados Unidos y de unos cuantos multimillonarios. Las anteriores "revoluciones" en otros países del antiguo bloque del Este no sirvieron al pueblo, sino al esfuerzo por sacar a los antiguos Estados soviéticos de la esfera de poder de Rusia y unirlos a Occidente (OTAN). Las revoluciones están financiadas por las fundaciones de multimillonarios occidentales como los

Rockefeller o George Soros. Soros admitió cándidamente: "Mis fundaciones contribuyeron a los cambios de régimen en Eslovaquia (1998), Croacia (1999) y Yugoslavia (2000) y movilizaron a la sociedad civil para expulsar de sus cargos a Vladimír Meciar, Franjo Tudman y Slobodan Milošević". Las Open Society Foundations de Soros se encuentran entre los principales actores cuando se trata de derrocar gobiernos extranjeros con la ayuda de levantamientos populares. El caldo de cultivo intelectual para ello se crea en los think tanks transatlánticos. Y los periodistas alfa de los principales medios de comunicación siguen los derrocamientos y las acciones militares que, desde Afganistán a Egipto, Siria e Irak hasta Ucrania, ciertamente nunca han servido a los pueblos de los países afectados, sino sólo a los intereses de poder de Washington y de unos cuantos multimillonarios. [\(359\)](#)

En memoria del jefe de la FAZ Schirmmacher: Conductor de tanques en el servicio civil

¿Cómo se llega a ser un periodista alfa? Como periodista alfa en el mundo germanohablante se puede hacer prácticamente de todo, sólo hay que saber mentir con el suficiente descaro.

¿Quiere tener éxito en la vida? ¿Quiere convertirse también en un networker de élite? Entonces analice la vida de los que realmente tienen éxito. Sin embargo, entonces probablemente tendrá que abandonar temporalmente el camino de la honestidad total. Especialmente como periodista de éxito. Un consejo de antemano: en primer lugar, tenga preparados CV alternativos, según sea necesario: Cuando le parezca oportuno, diga que ha prestado servicios a la comunidad. Y en otra ocasión que fuiste conductor de tanques. Entonces quizá lo vea: Al final, nada de eso importa ya. Al contrario, aún puedes acabar en lo más alto y ser premiado.

Tomemos a una persona de la historia contemporánea cuyo nombre se mencionaba casi a diario en los medios de comunicación hasta su fatal ataque al corazón en junio de 2014 y que, desde la perspectiva de un ciudadano medio, parece ahora irreprochable: Frank Schirmmacher, el que fuera durante mucho tiempo coeditor del Frankfurter Allgemeine Zeitung. Observé sus comienzos desde muy cerca. Hablábamos mucho cuando éramos jóvenes redactores, sobre todo al margen de las grandes conferencias editoriales.

Siempre que los poderosos de nuestro país se reunían en la Cancillería, Frank Schirmmacher estaba allí. Como en el 60 cumpleaños del consejero delegado del Deutsche Bank, Josef Ackermann, en 2009. [\(360\)](#) ¿Qué clase de personas son las que, como Schirmmacher, han llegado a lo más alto en el círculo de los realmente poderosos y que, a primera vista, parecen estar por encima de todo reproche? No podemos enumerar aquí todos sus premios, sólo algunos de la larga lista: Ludwig-Börne-Preis, Jacob-Grimm-Preis, Goldene Feder - ¿será que los que concedieron los premios también apreciaron el pasado de este hombre en el proceso?

Sorprendentemente, hoy en día sólo se menciona el lado bueno de Schirmmacher. Pero la variopinta vita del editor de feuilleton fue parafraseada en 1996 en Der Spiegel con las siguientes palabras:

Los límites entre la verdad, el embellecimiento y la libre invención son congenialmente fluidos en este hombre altamente dotado. Algunos detalles son

tan extravagantes que los redactores del FAZ se preguntan a veces si su superior no habrá perdido el norte con la velocidad de su carrera (361).

Nunca olvidaré cómo nos mirábamos avergonzados en nuestro círculo de colegas de la redacción política del FAZ cuando el artículo aquí citado apareció entonces en Der Spiegel. Era infinitamente embarazoso tener un colega sobre el que Der Spiegel seguía escribiendo:

Asombró incluso a confidentes cercanos con la historia de que había sido secuestrado de niño en Etiopía y había crecido bajo la mirada de hombres dispuestos a matarlo en cualquier momento. Y su editor, desconcertados los editores, ¿hacía ahora servicios a la comunidad, como afirmaba al principio, o era después de todo conductor de tanques, como circulaba entretanto? (362)

¿Respira hondo y se acuerda del 1 de abril? Por favor, no se rinda y siga leyendo, porque continúa en este estilo. Sobre Schirmmacher también dice:

Algunas mentiras surgen obviamente de un capricho del momento. No hay otra forma de explicar por qué Schirmmacher, mientras hojea un libro ilustrado de villas señoriales de principios de siglo, señala de repente una foto especialmente bonita y declara que él creció en una casa así. En realidad, el pequeño Frank creció en un adosado de Wiesbaden. Algunos errores, sin embargo, están claramente calculados. Al parecer, para congraciarse con el entonces todavía jefe en funciones Fest, le dijo un día que la Society of Fellows de la universidad estadounidense de Harvard le había pedido que diera una conferencia sobre su libro de Hitler. (...) En la oficina de la Society of Fellows de Harvard nadie recuerda que el discurso se pronunciara en público. Este prestigioso club de doctorandos y patrocinadores se ocupa sobre todo de conceder becas. "Organizamos cenas, pero no conferencias", explica el secretario responsable. (363)

Estos son sólo algunos de los muchos extractos extraños de un artículo de Spiegel sobre la vida de un hombre que, obviamente, no se tomó la verdad demasiado en serio en su vida. A pesar de las vergüenzas, Schirmmacher, convencido de sí mismo, llegó a ser, por ejemplo, vicepresidente del patronato de la Fundación Herbert Quandt.(364) El hombre fue honrado. También apreciaron a un antiguo y extraño sucesor de Münchhausen en un momento en que nuestras élites son sospechosas de haber falsificado o plagiado sus currículos o tesis

doctorales. También aquí Schirmmacher se encontró en buena compañía. Los detalles de cómo Schirmmacher se plagió a sí mismo en su tesis doctoral y volvió a presentar grandes partes de su tesis de máster a la universidad como tesis doctoral pueden encontrarse también en el artículo del Spiegel ya citado. Aclaro: el entorno de Schirmmacher considera obviamente que su comportamiento es hoy completamente normal. Así son las cosas en nuestro mundo, marcado por la decadencia de los valores: donde nuestros antepasados probablemente habrían sacado la tarjeta roja o amarilla, nosotros suprimimos manchas antiestéticas en los chalecos blancos presuntamente impolutos de hombres pulcros, les aplaudimos y premiamos. ¿Es éste el tipo de periodismo que queremos? Está claro que sí.

En el mensual Merkur, con motivo de la publicación del libro de Schirmmacher Ego: el juego de la vida, Joachim Rohloff utilizó numerosos ejemplos para demostrar errores gramaticales, estilísticos y de contenido en Payback y puso en boca de Schirmmacher las siguientes palabras: "Querido lector, me importa un bledo la porquería que te ponga delante, porque sé que te la vas a comer" [\(365\)](#).

En 2013, Wirtschaftswoche tituló un reportaje sobre Schirmmacher, editor de FAZ, con las siguientes palabras: "Schirmmacher entre la infantilidad y la megalomanía" [\(366\)](#)

Y el taz de Berlín tiene algo que decir sobre Schirmmacher:

La sociedad cree en el artista biográfico, cuya entrada sobre su persona en la enciclopedia en línea Wikipedia a veces se lee embellecida - por ejemplo con premios que luego se volvieron a borrar. [\(367\)](#)

En los muchos años que han pasado desde el artículo de Spiegel sobre el conductor civil de tanques citado al principio, nada parece haber cambiado con este periodista. Hablaba para redes de élite. [\(368\)](#) Cuando se le invitó a una velada con él, dijo: "El Dr. Frank Schirmmacher es coeditor del 'Frankfurter Allgemeine Zeitung' desde 1994. En este cargo, Frank Schirmmacher se consolidó como uno de los creadores de opinión más influyentes de Alemania ..." [\(369\)](#)

Un creador de opinión que recuerda a Münchhausen, que estaba entrelazado con las élites. Así que puedes salirte con la tuya en casi todo como periodista alfa. Sólo tienes que ser capaz de mentir con suficiente audacia.

¿Comprando contactos con grandes nombres? Nobleza destruida

Cuando trabajas en un periódico importante, estás rodeado de intereses que te dominan sin piedad. Esto implica a menudo hacer de periodista de tribunales. Quienes copian los pronunciamientos de los políticos de la UE están haciendo el mismo tipo de court reporting que quienes copian y pegan informes de prensa de partidos, asociaciones y fundaciones o se prestan a entrevistas de cortesía. Antiguamente, en la Edad Media, el "court reporting" consistía en informar a los súbditos mediante anuncios públicos de los acontecimientos que tenían lugar en las cortes de la nobleza (bodas, nacimientos, acuerdos y tratados de paz que se concluían). La información de la corte es siempre benévola. Y es selectiva. Es evidente que los tiempos apenas han cambiado desde la Edad Media. Un ejemplo: el *Dresdener Nachrichten/Dresdener Allgemeine* informó el 19 de mayo de 1914 de una forma típica de reportaje de tribunales:

"Su Alteza Real el Príncipe Johann Georg celebró el sábado su onomástica. Con este motivo, se celebró una cena familiar en casa de Su Alteza Real a la una del mediodía, a la que asistieron los príncipes y princesas de la Casa Real".

Exactamente 100 años después, en la sección de política del *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, en las noticias breves del 18 de mayo de 2014, se puede leer:

"Anton Andreas Graf von Faber-Castell celebró el sábado su boda con la australiana Kate Stahl en el castillo familiar de Franconia. Unos 300 invitados se reunieron para la ceremonia nupcial en la iglesia de Lutero de Stein, cerca de Nüremberg."

En la actualidad, el FAZ sigue dedicándose al clásico "reportaje de tribunales", es decir, a la publicación de anuncios sobre acontecimientos de la nobleza.

Nobleza y periodismo, ¿van de la mano? A veces los periodistas son "comprados" principalmente por sus buenos contactos. Lo experimenté con Alexander Graf von Schönburg-Glauchau. Es el hermano del multimillonario [\(370\)](#) Gloria von Thurn und Taxis y de Maya Flick (que supuestamente no pudo arreglárselas con 20 millones tras divorciarse [\(371\)](#)). Cuando yo aún estaba en el *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, Schönburg, que según él mismo había crecido

en circunstancias más bien modestas, tenía allí un empleo en el Berliner Seiten. Frank Schirmacher, entonces redactor de feuilleton del FAZ, descrito en el capítulo anterior, me dijo una vez con orgullo que había "comprado" a Schönburg para las páginas berlinesas del FAZ. Más tarde, Schönburg y yo trabajamos juntos en la renombrada editorial Gruner + Jahr. Allí, el antiguo hombre del FAZ Holger Christmann y yo habíamos preparado la noble revista Park Avenue. Y entonces Gruner + Jahr incorporó al conde Alexander. El servicio de prensa Kress informó de ello:

Von Schönburg, comprado por G+J gracias a sus excelentes contactos (es hermano de la princesa Gloria von Thurn und Taxis) ...[\(372\)](#)

Ahí estaba otra vez: la palabra "comprado". Compras a una persona. Y la compras por sus contactos. No es principalmente una cuestión de habilidades. Los académicos Stephan Weichert y Christian Zabel escribieron las siguientes frases sobre Alexander Graf von Schönburg-Glauchau y su trabajo en Park Avenue:

La sociedad Bussi-Bussi, que declara el oportunismo social como la más alta virtud, está incluso trayendo de vuelta a la superficie de la sociedad mediática a una élite de origen que durante mucho tiempo se creyó superada en el periodismo. Por ejemplo, el hermano de Gloria von Thurn und Taxis es nombrado redactor jefe de un periódico de sociedad porque, al parecer, vuelve a ser chic tener títulos aristocráticos destacados en la cabecera, aunque la persona en cuestión tenga poca idea de lo que trata el periódico. La editorial admitió demasiado tarde que el designado jefe de Park Avenue era, en el mejor de los casos, apto como personal periodístico, pero no como portavoz intelectual - razón por la cual lo despidieron más tarde ...[\(373\)](#)

En resumen, eso suena un poco como: Nobleza destruida. Probablemente, el conde Schönburg era bastante pobre de ideas en aquella época. Otros también se dieron cuenta de ello. El periodista de medios Stefan Niggemeier escribió sobre ello en 2011:

Hace seis años, Alexander von Schönburg se convirtió por un momento en el hazmerreír de la industria de los medios de comunicación. Por aquel entonces, Schönburg era redactor jefe de una nueva revista de Gruner+Jahr llamada "Park Avenue". Buscando temas e ideas, pidió consejos en la comunidad online

"A Small World" y ofreció a cambio cincuenta suscripciones gratuitas de tres meses. Cuando esto salió a la luz, Thomas Knüwer comentó en el blog "Handelsblatt" (...): En nuestra escuela de periodismo era una de las reglas supremas: "La persona más pobre bajo el sol es un periodista sin tema". Así que el redactor jefe de "Park Avenue", Alexander von Schönburg, es un mendigo periodístico. En el sentido más estricto de la palabra.(374)

Alexander Graf von Schönburg-Glauchau, al que le encantaba informar desde los círculos aristocráticos, aterrizó más tarde en Bild - Zeitung. En 2007 se convirtió en experto en nobleza para Bild.(375) Su intento de triunfar con supuestos conocimientos sobre la alta nobleza fracasó estrepitosamente al principio. Describió el transcurso de la Nochebuena en casa de los Windsor con estas palabras:

La realeza inglesa se ha reunido en el castillo de Sandringham. Su jornada de hoy: un paseo a pie o a caballo por la mañana. A las 15.00 horas, todos sentados frente al televisor, escuchan el discurso de Navidad de la Reina.(376)

Fue vergonzoso. El conde Schönburg ni siquiera sabía que el discurso de Navidad de la Reina no se emitía en Nochebuena, sino sólo el 25 de diciembre. (377) El aristocrático cronista de la corte, que solía buscar ideas contra Freiabos, probablemente no conocía muy bien el mundo de la alta nobleza. Escribió un artículo sobre Otto von Habsburg en Bild ("Der Mann, der heute Kaiser wäre "(378)) con un breve resumen histórico, en el que se afirma:

El hijo de Francisco José, el joven emperador Carlos I, reinó sólo dos años más y los Habsburgo fueron depuestos.

Sin embargo, el emperador Carlos I no era hijo del emperador Francisco José. Más bien, Carlos era hijo del archiduque Otón y de la princesa María Josefa de Sajonia. Se convirtió en heredero al trono porque el único hijo de Francisco José, el príncipe heredero Rodolfo, se había suicidado en 1889, por lo que el sobrino de Francisco José, Francisco Fernando, se convirtió en heredero al trono. Y fue fusilado por el nacionalista serbio Gavrilo Princip en Sarajevo en 1914. Y así la sucesión al trono pasó entonces a su sobrino Carlos I. Pero, ¿se pueden esperar estos conocimientos sobre la alta nobleza de un experto en nobleza del Bild que, según su propia declaración, tiene "dolor muscular cerebral" al leer libros exigentes?(379)

Nunca olvidaré su libro de no ficción *Der fröhliche Nichtraucher*. Cómo dejar de fumar de buen humor. Schönburg no tenía ningún problema en fumar cigarrillos en mi presencia. Había experimentado un declive social. Fumaba cigarrillos a escondidas.(380) Y en el diario Bild escribe hoy titulares como "Cambio de trono en España - ¿Puede Letizia convertirse en reina?"(381) Al mismo tiempo, Schönburg, jefe de la otrora señorial Casa de Schönburg, escribe frases como: "¿Alemania, tierra de poetas y pensadores? ¡Ridículo! ¿Cuántas veces ha mirado USTED hoy a una 'vaca por el culo'? ¿O te han soplado tu proverbial 'pito de oro'?"(382) Desde luego, no es el olor de los nobles. El taz escribió una vez sobre él: "Descender socialmente sin perecer es su secreto ...".(383) Sus hermanas se han casado con miles de millones y millones - y al conde Alexander Schönburg se le permite escribir sobre el "Willy de oro" y a veces sobre "¿Puede Letizia ser reina?" en el periódico Bild. En 1995, el periódico Bild tituló en portada "La codiciosa señora Flick" con una foto de Maya Flick, hermana del conde del periódico Bild. Entretanto, él mismo se ha incorporado a Bild - Zeitung. La "aristócrata polivalente" en la jerga del sector (384) Schönburg escribe hoy en Bild: "En realidad me expulsaron del FAZ. Compasivo y untuoso. Aún así me sentí m... (385)

Me pregunto si el "aristócrata polivalente" Alexander von Schönburg aún recuerda lo que dijo una vez sobre sus lectores: "Lo perverso es que al final serviremos al mismo público que despreciamos. Por eso nos encontramos en un ciclo cerrado de prostitución, que por supuesto, como la Prostituta Feliz, disfrutamos mucho".(386) Como escritor, ¿tienes que despreciar así a tu público?

Al conde Schönburg le gusta contar que está emparentado con la reina británica. Cuando me dijo esto, me sonó como si estuviera entrando y saliendo de allí. Lo cierto es que la abuela de su esposa era la princesa Sofía de Grecia. Y a través de ella, Schönburg es sobrino nieto del príncipe consorte Felipe de Gran Bretaña. Se trata, pues, de un parentesco muy amplio -por matrimonio-. Como admirador del "aristócrata polifacético" Schönburg, uno desearía que algún día escribiera los secretos de la realeza.

Se dice que el Rey español Juan Carlos, ya retirado, disparó en 1956 a su hermano Alfonso, que entonces tenía 14 años. Y hasta hoy no se ha permitido a la policía investigar el drama familiar. Entonces, ¿por qué Alexander von Schönburg no nos revela el verdadero trasfondo, cuando conoce tan bien a la alta nobleza? Después de todo, la esposa de Juan Carlos, la reina Sofía, es una princesa nativa de Grecia, al igual que la abuela de Schönburg, y además habla alemán con fluidez. También me gustaría leer en los medios alemanes sobre su

pariente por matrimonio, la reina Isabel II, y lo que ha aprendido en su profesión: se formó como mecánica de automóviles y puede reparar los motores de coches antiguos. Eso no tiene nada de honorable. De la reina folladora me gustaría leer detalles en Bild. Y la reina Sonja de Noruega solía hacer un aprendizaje como sastre y grifo de cerveza antes de conocer y casarse con el príncipe heredero Harald. Silvia de Suecia trabajaba de azafata. Y la Reina Máxima de Holanda nació en Latinoamérica fuera del matrimonio. Schönburg podría revelar muchas más historias apasionantes, desde el Rey Carlos, el tirador, hasta Sonja, la camarera, si realmente conociera los antecedentes. En cualquier caso, sigo esperando el titular del Bild " Experto en nobleza revela: Así mató el rey Juan Carlos a su hermano" . O las revelaciones sobre el verdadero trasfondo de las numerosas demandas de paternidad presentadas por el rey Carlos.(387)

Uno de los libros del Conde Alexander comienza con la frase " Je suis superflue mais irremplaçable". Soy superfluo pero insustituible. Alexander von Schönburg nos lo demostró en 2012 con una brillante obra maestra al entrevistar a Federico el Grande en Bild. 226 años después de su muerte. El titular decía: Bild - Interview mit dem " Alten Fritz" (388) Así es cuando se compran contactos con grandes nombres. Mientras tanto, los contactos realmente importantes se hacen probablemente en otra parte.

El círculo de poder de Bilderberg: ¿teoría de la conspiración o realidad?

Casi ningún nombre es hoy tan sinónimo de supuestas teorías de la conspiración como el de los "Bilderbergers" . Para algunos, las conferencias de Bilderberg no son más que reuniones informales y privadas de personas influyentes de la política, los negocios, el ejército, los medios de comunicación y la alta nobleza. Para otros, se trata de un grupo conspirativo que pretende usurpar el dominio mundial. En el caso de los Bilderbergers, de los que WikiLeaks ha publicado numerosos documentos [\(389\)](#) Y lo mismo ocurre con el Consejo de Relaciones Exteriores, de orientación similar y funcionamiento discreto: no está permitido informar concretamente sobre lo que ocurrió exactamente allí y quién dijo qué. Y eso es precisamente lo que dificulta a los forasteros formarse un juicio neutral sobre el grupo, y lo que facilita a los teóricos de la conspiración.

Sin embargo, incluso los propios medios de comunicación hablan de un grupo conspirativo cuando informan sobre los Bilderbergers. La BBC británica titulaba " Dentro del hermético Grupo Bilderberg" , " Bilderberg: la teoría de la conspiración definitiva" y " Los poderosos de élite se reúnen en secreto" . En 2003, el Asia Times calificó al grupo de "Amos del Universo " [\(390\)](#) en un artículo del mismo nombre. El Münchner Merkur informó en 2005 en el artículo del mismo nombre sobre una "reunión secreta de los poderosos". El Ottawa Citizen informó en 2006 de que "la élite mundial se coló en la ciudad para una reunión secreta". Y CBC News se preguntaba en 2006 si la reunión de Bilderberg era un "¿Foro informal o conspiración global?

¿Son los Bilderberg los "Amos del Universo", como afirmaba el Asia Times? Cualquiera que mencionara la conferencia en años anteriores era considerado un teórico de la conspiración. Hoy es diferente. Hoy, al menos se permite hablar de su existencia.

La conferencia se celebró por primera vez en mayo de 1954 por invitación del príncipe Bernhard de los Países Bajos en su hotel Bilderberg de los Países Bajos. Así pues, el nombre Bilderberg se tomó del lugar donde se celebró la primera conferencia. El hecho es que los Bilderbergers han recibido desde el principio considerables contribuciones financieras del gobierno estadounidense y de la CIA, así como de fuentes privadas a través del American Committee for a United Europe (ACUE) y otras instituciones. Por lo tanto, no se trata en absoluto de una organización neutral, sino de una institución proestadounidense impulsada por

intereses, que se supone que trabaja de forma encubierta para Washington y los intereses estadounidenses.

El Grupo Bilderberg es un círculo de élite que reúne desde 1954 a las principales élites de Europa y Estados Unidos: empresarios y estrategas se reúnen con políticos y periodistas cuidadosamente seleccionados. Bilderberg no trata simplemente de las carreras personales de los políticos, sino de la cercanía estructural de las redes de élite. Representantes de los "partidos populares" Unión y SPD, por ejemplo, asisten regularmente a Bilderberg. Por regla general, unas 130 personas asisten a una conferencia de Bilderberg, de las cuales dos tercios proceden de Europa Occidental y un tercio de Norteamérica. Aproximadamente dos tercios de los participantes invitados proceden del sector financiero, la industria, las universidades y los medios de comunicación, y alrededor de un tercio de gobiernos o instituciones políticas.

La organización LobbyControl escribe sobre la reunión de Bilderberg 2014 en Copenhague:

Durante muchos años, el semanario "Die Zeit" fue el segundo pilar tradicional de los Bilderbergers en Alemania, junto con el Deutsche Bank, y estuvo representado en el Comité Directivo de las reuniones. Este año, Mathias Döpfner, de Axel Springer, estuvo allí en lugar de un representante de Zeit. Según el periodista Stefan Niggemeier, Zeit ha renunciado definitivamente a participar en Bilderberg. En un artículo sobre el código ético de Zeit del pasado mes de marzo, escribió: "Al parecer, en la redacción se está tomando cada vez más conciencia de las cuestiones de transparencia y distancia. Una consecuencia de ello es que Die Zeit ha renunciado a su puesto en la infame conferencia de Bilderberg, que ocupó durante muchas décadas - 'irrevocablemente', como se suele decir. Ese puesto lo ocupará ahora el director general de Springer, Mathias Döpfner". Que Die Zeit se retire es agradable. Que Axel Springer tome el relevo no lo es. El hecho es que los medios de comunicación en Alemania no se están cubriendo de gloria cuando se trata de Bilderberg. Necesitamos más publicidad e información crítica sobre estas conferencias. Pues estas reuniones secretas de alto nivel desempeñan un papel importante en la promoción de perspectivas comunes dentro de las élites. Representan el problema de que las estructuras democráticas se vean solapadas por conexiones informales no transparentes.(391)

En 2007, el mediático Uwe Krüger tituló uno de los pocos reportajes aparecidos sobre los Bilderbergers en Alemania: " Periodistas alfa empotrados" . Krüger escribe en él:

La curiosidad periodística, o incluso el afán de esclarecer, no se percibe en los medios de comunicación establecidos. Hay indicios de que no es casualidad. En 1967, por ejemplo, se conoció en Inglaterra un memorándum en el que el jefe de la Asociación de Propietarios de Periódicos, Cecil King, "recordaba" a sus colegas editores que "bajo ninguna circunstancia debía imprimirse ningún informe ni siquiera especulación sobre el contenido de la conferencia" en el St. John's College de Cambridge (...) Cuando el activista y cineasta estadounidense Alex Jones voló a Ottawa en 2006 para documentar allí la conferencia de Bilderberg, fue detenido durante 16 horas en el aeropuerto por funcionarios de inmigración canadienses (...) El autor de libros sobre Bilderberg, el español Daniel Estulin, informa de un interrogatorio de diez horas por parte de la inteligencia alemana en el aeropuerto de Munich cuando se dirigía a Rottach-Egern en 2005. El pequeño hotel de Rottach-Egern, donde se alojó después, también estaba lleno de agentes de los servicios secretos.

Krüger continúa:

Mientras algunos periodistas se golpean la cabeza contra los muros protectores de Bilderberg, otros están sentados en medio del hotel de cinco estrellas, en una sala con jefes de gobierno, ministros y ejecutivos de empresas. Surgen preguntas: ¿Qué hacen allí si no informan sobre ello, incluso jurando guardar el secreto? ¿Qué pasa con la exigencia de Hajo Friedrich de mantener siempre una distancia crítica y no hacerse el malo, ni siquiera con una buena causa? ¿No se aplica a los periodistas de Bilderberg el lema "Formar parte de todo sin pertenecer"? (...) Josef Joffe, coeditor de Die Zeit, respondió escuetamente a la solicitud de entrevista en un correo electrónico: "Lo siento, la confidencialidad está acordada y se respeta".

Pero no sólo el controvertido Josef Joffe, un aguafiestas litigante [\(392\)](#) se sentó a la mesa con los Bilderbergers en el pasado. El jefe de Zeit, Theo Sommer, así como los periodistas Matthias Naß (Zeit) y Christoph Bertram o el editor Hubert Burda y el jefe de Springer, Mathias Döpfner, tampoco temían el contacto con los Bilderbergers.

El sociólogo de los medios de comunicación y periodista de Múnich Rudolf Stumberger dijo sobre la Conferencia Bilderberg 2010 que no entendía el hecho de que "editores responsables del semanario Die Zeit, por ejemplo, hayan estado estrechamente relacionados con los Bilderbergers durante muchos años y, sin embargo, al igual que todos los demás periodistas participantes, nunca informen una sola línea sobre las conferencias".

Lo que está claro es que en las conferencias de Bilderberg se toman importantes decisiones políticas o económicas en las que las instituciones democráticas no participan en absoluto o sólo parcialmente. Por ejemplo, la Comisión Trilateral (otra organización de presión proestadounidense) ya mencionada en este libro se fundó por consejo de Rockefeller en una conferencia Bilderberg. Según el empresario belga y presidente honorario Étienne Davignon, la introducción del euro también se remonta a una conferencia de Bilderberg. (393) Y según el ex embajador estadounidense en Berlín, John McGhee, las conferencias de Bilderberg desempeñaron un "papel importante" en la configuración del Tratado de Roma que estableció la CEE.

Pero los Bilderbergers son sólo uno de los muchos círculos elitistas similares. En el libro *The Super Class. The World of the International Power Elite*, David Rothkopf analizó a los aproximadamente 6.000 líderes mundiales de gobiernos, corporaciones internacionales, conglomerados financieros y medios de comunicación que, debido a su poder altamente concentrado, "básicamente tienen la llave del planeta". Su investigación se distingue por el hecho de que él mismo conoció estos círculos como antiguo Subsecretario de Estado para Relaciones Comerciales Internacionales en la administración Clinton. En su relato se expresa claramente que las conferencias de Bilderberg son sólo uno de los muchos foros en los que se reúnen. David Rothkopf sostiene que:

Aunque es muy poco probable que las personas que tienen acceso a estas instituciones ... estén haciendo planes secretos para conquistar la dominación mundial, es muy probable que tengan intereses comunes. Tanto sus objetivos como, en muchos casos, sus puntos de vista sobre el mundo y cómo debería desarrollarse son similares. Cuando se ponen en contacto entre sí, no es para conspirar como grupo, sino para expandir su propio poder a través de conexiones ventajosas.

El experto en medios de comunicación Uwe Krüger expone claramente lo que piensa de la cercanía de algunos periodistas a los Bilderbergers y del secretismo sobre las reuniones conspirativas:

Esto puede explicarse por la interacción de varios factores. En primer lugar, es poco probable que la mayoría de los periodistas normales hayan oído hablar de Bilderberg hasta hace poco. En segundo lugar, es posible que los periodistas alfa con buenos contactos en los círculos más altos lo supieran, pero probablemente no consideran escandalosas las reuniones confidenciales de la élite, sino normales, y además no quieren poner en peligro a sus contactos. En tercer lugar, los periodistas de las editoriales Springer, Burda y Holtzbrinck están descartados como denunciadores porque Mathias Döpfner, Hubert Burda y Matthias Naß (Die Zeit lo publica Holtzbrinck) son bilderbergers y nadie investiga contra su propio empleador. En cuarto lugar, para una buena historia se necesitan buenas fuentes. En el caso Bilderberg no hay buenas fuentes: Todos los participantes han prometido guardar silencio, todos los no participantes no saben nada concreto. Sin embargo, desde el punto de vista normativo, Bilderberg debería estar más a la vista del público. Porque es de aquí de donde emana el "poder blando", y es aquí donde las élites globales se socializan y se relacionan entre sí.(394)

Poderosos responsables de todo el mundo se reúnen cada año con unos pocos periodistas seleccionados y pasan tres días juntos en secreto. La importancia de estas reuniones para nosotros, los ciudadanos, deriva de su poder y de las posibles decisiones y acuerdos que se tomen en tales conferencias. La exigencia de secreto se opone a la idea de que allí sólo se intercambian bromas. Todos los participantes son personas de la historia contemporánea en las que el público tiene un interés legítimo. Por tanto, no está claro por qué se siguen ocultando deliberadamente sus acciones.

Entonces, ¿son las reuniones de Bilderberg una reunión de los "Amos del Universo" -los amos del mundo- como escribió el Asia Times? El intelectual francés Thierry Meyssan, presidente y fundador de la Red Voltaire y de la conferencia Axis for Peace, ha estudiado como casi nadie a los Bilderbergers y su historia. Llega a una conclusión completamente diferente: los Bilderbergers son una organización de lobby al estilo de la OTAN que pretende influir en la opinión pública en un sentido pro-estadounidense.(395) Y los periodistas probablemente no tendrían nada que hacer allí.

Capítulo 4

Cómprate un periodista sobornado informando

Todas las personas nombradas en este libro niegan una proximidad pegajosa a organizaciones de élite. También niegan ser grupos de presión. También niegan estar "corrompidos" por la proximidad a la élite. Y niegan haber perdido su mordacidad periodística como periodistas cercanos a los grupos mencionados. Niegan que esa proximidad afecte a sus reportajes.

Hasso Mansfeld, consultor alemán de relaciones públicas, anuncia en su página web: "Complementamos su trabajo en los medios de comunicación al más alto nivel: concertando entrevistas, colocando artículos con su nombre..." (396) La organización de entrevistas hace que Mansfeld, originalmente jardinero de formación (397), probablemente no por nada. Y no es el único. Hay muchos periodistas y asesores de relaciones públicas a los que obviamente les parece "normal" que se nos presenten informes en los medios de comunicación que, para un tercero neutral, parecen de algún modo comprados. A mí, la frase de la página de inicio del relaciones públicas Mansfeld, que también existe de forma similar en otras agencias de relaciones públicas, me parece una invitación: "¡Compren a un periodista!". Como veremos, hay muchos Mansfeld que quieren atiborrarnos a los ciudadanos con relaciones públicas de fieltro. Y, obviamente, aún más periodistas que les siguen la corriente de buena gana. O que dan un escenario a tales relaciones públicas. Porque, desde el punto de vista de un ciudadano medio, los periodistas probablemente deberían dar esquinazo a las agencias de relaciones públicas que se han propuesto "concertar entrevistas" en los medios de comunicación. Cuando un simple (398) Periodista como Stefan Laurin, que en su día escribió para Welt am Sonntag, para Cicero y también para el blog Ruhrbarone, con dificultades económicas (399) escribe, entrevistó al relaciones públicas Hasso Mansfeld en el verano de 2014 sobre el futuro de los medios (400) Si una persona, que no es ciudadano, se deja enjaezar al carro de las relaciones públicas de este último y mejora así su agencia, entonces, como ciudadano vigilante, uno debería simplemente tener cuidado. Pero básicamente puede olvidarse de ello, porque carece de importancia. Sólo se vuelve realmente devastador cuando los importantes e influyentes medios de comunicación líderes se dejan enjaezar al carro. Cuando la política, las altas finanzas y los creadores

de medios de comunicación de las emisoras públicas y nuestros renombrados periódicos hacen de relaciones públicas.

Dos tercios de los periodistas son corruptos

El editor Axel Springer no sólo pagaba buenos sueldos a sus redactores, sino que también les hacía regalos en Navidad: Además de la paga extra de Navidad, cada redactor recibía un regalo (un televisor o similar) y una gran caja llena de delicias de la charcutería Michelsen de Hamburgo. Y por el aniversario, hubo una moneda de oro para todos los empleados. ¿Qué tenían que hacer los periodistas para recibir semejantes regalos? Un ejemplo: En febrero de 1983, Bild am Sonntag lanzó una campaña de difamación contra el entonces candidato del SPD a canciller, Hans-Jochen Vogel. El periódico "reveló" en la página 1 el "pasado NS del candidato a canciller Dr. Vogel". Fue "antiguo comisario cultural nazi". Pronto se supo que el supuesto pasado nazi del político del SPD consistía en haber sido Scharführer de las Juventudes Hitlerianas a la edad de 16 años. La supuesta revelación fue controlada directamente desde la oficina de Axel Springer en Berlín. Muchos periodistas con los que Axel Springer estaba muy satisfecho recibieron también la llave de un coche nuevo. Hoy, esos días han terminado. Hoy, muchos periodistas y sus editoriales luchan por sobrevivir. Hoy todas las fronteras son difusas.

El Tribunal Supremo Federal alemán lo aclaró en una sentencia de 2014: Los informes comprados deben estar marcados clara y distintamente con la palabra "publicidad" y también deben destacarse formalmente para el lector (401) En la realidad, sin embargo, no es así. En 2014, la revista de negocios brand eins escribió en letras gigantes en su portada de lo que se trata hoy en día: "Buy, you ass" (402) Los periodistas discuten hasta qué punto puede uno dejarse comprar como redactor. (403) Y sigue. A veces los "dossieres" y los "especiales" son bastante descarados. Por ejemplo, en Capital, en enero de 2014, el tema era "Tu plan de pensiones personal". El único anunciante: el grupo asegurador ERGO. Motivos: "Garantía de pensión ERGO" y "Te asesoramos". El objetivo: ganar clientes. Esto es más que desagradable.

Wolfram Weimer, mi colega en el Frankfurter Allgemeine Zeitung de 1990 a 1998, evidentemente domina hoy a la perfección el negocio de la información comprada, según los conocedores del sector. En 2012, fundó el Weimer Media Group y edita publicaciones empresariales. (404) Uno de ellos se llama Börse am Sonntag. Hay "contribuciones de invitados". El experto en publicidad Dr. Thomas Levermann escribe cosas desagradables sobre mi antiguo colega de FAZ y su producto Börse am Sonntag, donde:

... las "contribuciones de invitados" del medio de Wolfram Weimer "Börse am Sonntag". Éstas destacan por sus entrevistas especialmente críticas. Cita: "BaS: ActivTrades es uno de los brokers de CFD con más éxito. En su opinión, ¿cuáles son las razones más importantes para el fuerte crecimiento de la empresa?" Esto funciona de tres maneras: En primer lugar, tales contribuciones se pagan directamente (ejemplo de nuevo de Börse am Sonntag aquí (405), pero no etiquetados, por lo que el número muy duro. En segundo lugar, las contribuciones se pagan indirectamente porque hay un anuncio en el número idéntico o siguiente (lo siento Börse am Sonntag, de nuevo su (406) ejemplo de Wikifolio) o en tercer lugar, la contribución no se marca como "anuncio" sino como "en cooperación con".

Puede que todo esto esté bien incluso desde un punto de vista jurídico formal - desde mi punto de vista, desde luego, no es éticamente limpio.

Markus Wiegand, redactor jefe de Wirtschaftsjournalist, ha tenido experiencias desagradables con el periodista alfa Wolfram Weimer. Él escribe sobre la autorización de un Wirtschaftsjournalist - título entrevista con Weimer 2014:

La conversación con el editor y veterano periodista Wolfram Weimer en un restaurante del Jardín Inglés de Múnich transcurrió con razonable normalidad. (...) Sin embargo, la autorización posterior fue más tediosa que nunca. Weimer alargó la conversación un tercio (...), relativizó varias afirmaciones y pulió muchas formulaciones con la ambición de auto-PR. Todo estaba muy cerca del límite de lo aceptable. Sin embargo, el periodista premiado fue más allá cuando manipuló las preguntas exactas formuladas en la entrevista. Pregunta en el original: "En su último canal, "Focus", fracasó, según las lecturas públicas. ¿Tuvo también algo que ver tu paso al mundo editorial?". Pregunta tras la autorización de Weimer: "En su última emisora, "Focus", no tuvo tanto éxito como de costumbre. ¿Tiene algo que ver con ello su paso a la editorial?". Weimer tampoco quiso que le preguntaran en la prensa por qué las ofertas de su editorial "apenas se notaron" y que desde fuera se creó la impresión de que ahora estaba "en la tercera liga". Weimer consideró estos pasajes "indignantes hasta la humillación" y los cambió. Esto, a su vez, no quería aceptarlo.(407)

Las empresas de medios de comunicación y sus empleados son, ante todo, empresas con intereses comerciales. En lenguaje llano, su objetivo es maximizar los beneficios. El objetivo de editores y periodistas es ganar dinero. Y el interés por ganar dinero, como en todas partes, influye decisivamente en las empresas.

Quienes pretenden que periodistas y editores son buenos samaritanos comprometidos ante todo con el bien común y la pura verdad se mienten a sí mismos. Tampoco entienden por qué los periodistas son cada vez más venales en una época cada vez más difícil para el sector desde el punto de vista financiero.

Se considera que los funcionarios que aceptan unos pocos euros están en el ajo. Se les persigue y se les despide. En cambio, en el caso de los periodistas, el soborno es algo normal, forma parte de las buenas maneras. Cuanto más se deja corromper un periodista, más posibilidades tiene de progresar. Quien esté dispuesto a vitorear los eslóganes detergentes de los departamentos de marketing de la política o de las empresas como supuestas "noticias" entre la gente, puede convertirse en portavoz de un gobierno o de una empresa. Conoceremos muchos más ejemplos de periodistas corruptos.

Dos de cada tres periodistas del mundo germanohablante se benefician de descuentos, y les parece normal. De 45.000 periodistas fijos y otros 40.000 autónomos, unos 73.000 se benefician regularmente de descuentos para la prensa. En lenguaje llano: reclaman ventajas para sí mismos. Otra cifra verificable: el 74% de los periodistas alemanes están dispuestos a dejarse comprar.(408) En la página de inicio de un gran portal alemán para periodistas, los visitantes son recibidos con las siguientes palabras: "Hay disponible hasta un 50 por ciento de descuento para prensa": La mayor base de datos de descuentos de prensa en Internet ayuda a los periodistas a ahorrar dinero: Más de 1.700 descuentos de prensa en todo tipo de productos, desde billetes de avión, aparatos de gimnasia, cafeteras y ositos de peluche hasta gel lubricante, garantizan la transparencia del mercado. Junto con 10 000 consejos de colegas, la mayor base de datos de descuentos de prensa de Alemania ofrece los mejores consejos sobre todas las condiciones de prensa. "(409)

Los periodistas exigen activa y enérgicamente tales descuentos a las empresas. Dominik Stawski escribió su tesis al respecto y llega a resultados asombrosos (410) Me quedé estupefacto con las cuentas de las empresas. Algunos portavoces de la prensa me dijeron que los periodistas les presionaban mucho para conseguir un descuento. Hasta el punto de amenazarles con informes negativos "(411)

Por ejemplo, la UE paga a periodistas para que informen positivamente sobre Bruselas. Sólo los periodistas alemanes han recibido en secreto casi un millón de euros por ello (412) Para conseguir el dinero, incluso firmaron una declaración de compromiso que dice, entre otras cosas: "Aseguro que no dañaré ni directa ni indirectamente la imagen de la Unión Europea, sus políticas e instituciones". En lenguaje llano: la información crítica es indeseable. Y los periodistas informan

fielmente a la línea. A cambio de una remuneración, claro. Vivimos en un gran teatro. La obra que se representa se llama "democracia". Y como podemos ver, la "libertad de prensa" es sólo una ilusión bien representada en este teatro.

No se trata sólo de pagar. Todas las semanas recibo correos electrónicos de agencias de relaciones públicas que, de forma discreta y poco disimulada, ponen en contacto a periodistas y departamentos de relaciones públicas. Esto no está prohibido, pero me parece moralmente incorrecto. Nunca respondo, así que no debería aparecer en ninguna base de datos de este tipo por mi propio esfuerzo. ¿Por qué no lo hago? El lector no sabría qué agencia de relaciones públicas me "apoya" en el fondo de mis informes. Para que el lector se haga una idea de tales ofertas, citaré simplemente un correo electrónico típico que recibí en julio de 2014:

Asunto: Solicitud de inclusión en la base de datos de periodistas de Cision

Estimado señor o señora

Me llamo ... y trabajo como investigador de medios en el departamento editorial de Cision Germany GmbH, proveedor líder de servicios para la industria de las relaciones públicas. Actualmente estamos ampliando nuestra base de datos de periodistas en las áreas de noticias diarias y salud y nos gustaría incluir a miembros del (...) equipo editorial. El objetivo de nuestra base de datos es facilitar el diálogo temático y el intercambio de información entre los representantes de los medios de comunicación y los profesionales de las relaciones públicas basándonos específicamente en las áreas temáticas de los medios, periodistas y bloggers que figuran en nuestra lista. De nuestros clientes -agencias de relaciones públicas, así como pequeñas y grandes empresas- recibirá comunicados de prensa, así como invitaciones a reuniones de prensa y más información sobre su ámbito periodístico. Por supuesto, la inscripción no conlleva ningún coste y garantizamos que los datos no se harán públicos de ninguna manera. (...) Muchas gracias. Atentamente, (...) Media Researcher DACH, CISION Germany GmbH, Hanauer Landstraße 287-289, 60314 Frankfurt/Main

Si estás en esas bases de datos, según mis experiencias anteriores, recibes muchas invitaciones agradables. Entonces te cortejan como periodista. Y llega un momento en que ya no te das cuenta de lo hábilmente que te están manipulando.

Favoreciendo favores:

Cómo hacer que los medios de comunicación cumplan

Cada vez con más frecuencia, el dinero no es un problema cuando se trata de comprar periodistas. Una treintena de periodistas automovilísticos alemanes viajaron a Pekín durante cuatro días para asistir a los Juegos Olímpicos de 2008 invitados por Volkswagen, por hasta 25.000 euros por persona. En mi opinión, el objetivo de VW era el soborno. En julio de 2008, un relaciones públicas de la empresa automovilística explicó a la auditoría fiscal interna que "para garantizar una cobertura mediática positiva", querían invitar a periodistas seleccionados a los Juegos Olímpicos de Pekín en agosto. Los Juegos estaban patrocinados por VW. Y los periodistas tendrían que hacer honor a ello. El entonces redactor jefe adjunto del Autozeitung, Walter Eschment, por ejemplo, se dejó corromper de esta manera. Estuvo presente en Pekín y más tarde dijo sobre las publicaciones correspondientes: "Creo que es extremadamente estúpido hacer investigaciones cruzadas entre periodistas". También estaban presentes el jefe del departamento de automóviles del periódico Welt de Springer, Stefan Anker, y, quién se sorprendería, un empleado del Frankfurter Allgemeine Zeitung. [\(413\)](#)

Esta información comprada se encuentra sobre todo donde el ciudadano ciertamente no la espera: en los medios de comunicación más renombrados. Y las otrora respetadas gacetas como el Frankfurter Allgemeine Zeitung marchan viento en popa. El autor de este libro trabajó durante mucho tiempo para el FAZ. Algunos de sus viajes de trabajo, que tenía que realizar en nombre de los distintos departamentos de la FAZ, eran invitaciones pagadas de empresas, gobiernos o partidos de la guerra civil. En la sede de Frankfurt se me sugirió, como periodista del FAZ en aquella época, que era algo normal aceptar viajes de invitación pagada, por ejemplo, y luego escribir canciones de alabanza para el invitante. En mis 17 años en el FAZ, tales -retrospectivamente- dudosos métodos formaban parte de la vida cotidiana. También lo viví con muchos colegas. Nada parece haber cambiado desde que me fui. En 2012, por ejemplo, Focus titulaba: "La FAZ se deja invitar a un costoso viaje por ThyssenKrupp". El reportaje decía: "Al parecer, la empresa siderúrgica ThyssenKrupp invitó a periodistas a viajes de lujo con un rico programa de ocio". Vergonzoso, vergonzoso: incluso el renombrado FAZ fue invitado - un artículo bienintencionado apareció poco después. "[\(414\)](#) Según el informe, el redactor de FAZ voló en el avión

corporativo de ThyssenKrupp de Düsseldorf a Munich, y de allí a Pekín en primera clase de Lufthansa. Allí el reportero se aloja en hoteles de 5 estrellas por cuenta de ThyssenKrupp. El coste del viaje, que ThyssenKrupp pagó por el hombre de FAZ: supuestamente unos 15.000 euros. Deutschlandfunk informó más tarde de que el objetivo no era sólo conseguir un artículo favorable en el FAZ, sino vincular al periodista del FAZ de forma permanente a la empresa y convertirlo en obediente. En un reportaje de Deutschlandfunk, se cita al periodista del Welt Jörg Eigendorf en relación con la venalidad del FAZ por parte de ThyssenKrupp: "Para ser sincero, después no se trata del reportaje. Eso no es lo importante. Lo que importa aquí es crear una estrecha conexión, crear accesibilidad y meter a los periodistas en un barco del que ellos mismos ya no pueden salir. Aquí se crean ciertas dependencias y también se coloca a los periodistas en una posición que les dificulta actuar después de forma desagradable e informar de forma desagradable".(415)

El FAZ declaró posteriormente que todo ello le parecía completamente normal. En consecuencia, el FAZ declaró que la independencia del periódico quedaba preservada, independientemente de que los redactores aceptaran o no las invitaciones.(416) Esta afirmación no me sorprendió. Después de todo, yo no había experimentado nada diferente allí en la FAZ. Uno de mis primeros viajes al extranjero en nombre del FAZ fue a Namibia y Sudáfrica en la década de 1980, financiado para el FAZ por el régimen del apartheid de la época. Uno de los siguientes viajes de lujo al sur de África en nombre de la redacción política del FAZ fue financiado por la Asociación Sudafricana de la Industria del Oro, y así sucesivamente. Incluso el dictador iraquí Saddam Hussein invitó al FAZ en el verano de 1988 y me envió como reportero pro-iraquí al campo de batalla en la frontera entre Irak e Irán, exactamente donde los iraníes fueron gaseados con gas venenoso alemán en julio de 1988. Mi punto es: desde viajes de lujo a hoteles de 5 estrellas hasta gaseamientos en el campo de batalla, las invitaciones pagadas iban de un lado a otro, y mis superiores no tenían reparos en dar el golpe. Para que no quede ninguna duda en la mente de algunos lectores de que sí hubo invitaciones para inspeccionar una operación de gaseamiento en un campo de batalla: no se puede ir allí simplemente como turista, son zonas de guerra. Eran invitaciones bien organizadas.

Es evidente que los profesionales de los medios de comunicación son un grupo especialmente ávido de dinero. La ventaja pecuniaria parece ser parte integrante de su forma de pensar. Un empleado de Daimler-Chrysler informa: "Cuando

proporcionamos a un periodista un coche de prueba durante un mes, incluso se quejan de que no pueden probarlo durante medio año "(417) A los periodistas baratos les gusta cogerlos.

"Como periodista de automoción habría que ser estúpido para comprar un coche": así cita un estudio de Transparencia Alemania al abogado de Franz Danner, antiguo director de marketing de Mazda.(418) Su trabajo ofrece una visión profunda de la labor de presión de una empresa automovilística con los periodistas como grupo objetivo. En el periodismo automovilístico, es habitual pedir coches de prueba nuevos una y otra vez. Danner a veces entregaba los vehículos a los periodistas como coches de prueba hasta el siguiente cambio de modelo. Las presentaciones de nuevos modelos eran a menudo sólo la "fachada de lujosos viajes a lugares atractivos", dice el estudio. Por ejemplo, había organizado pruebas de conducción en Viena. Los periodistas participantes recibían entradas para el Baile de la Ópera de Viena y un esmoquin hecho a medida. En 2013, Danner fue juzgado ante la 6ª Sala de lo Penal del Tribunal Regional de Colonia por cargos de abuso grave de confianza. Se le acusa no solo de haber sobornado a muchos periodistas, sino también de haber defraudado a Mazda un total de 41 millones de euros. (419) En el juicio reveló abiertamente cómo trata un fabricante de automóviles a los periodistas. Es lo que se denomina "gestión del panorama mediático". El Berliner Zeitung informa de cómo era esta influencia mediática (420) "Mi trabajo consistía" dijo Danner, "asegurarme de que los informes sobre los coches se escribieran y difundieran de la forma más positiva posible". Y eso significaba en detalle:(421)

Según Danner, existe una fórmula relativamente sencilla para "poner de buen humor" a los periodistas automovilísticos: "Superdestino, superhotel, superservicio, superregalos", enumera el experto en relaciones públicas. Una empresa automovilística alemana, por ejemplo, invitó una vez a Cerdeña para presentar un coche nuevo. Un jet privado para 40 personas esperaba en el aeropuerto, y los periodistas se alojaron en un caro hotel de la Costa Esmeralda. Otras empresas iban a Ciudad del Cabo y combinaban la presentación de un nuevo modelo con un viaje en coche por el desierto hasta Namibia. "Cuanto más atractivo es el lugar de presentación, mejor es la prensa", dice Danner.

Según Danner, Mazda organizó una decena de eventos de este tipo para periodistas del automóvil. El ex periodista describe de forma drástica las condiciones de estos eventos:

"Todos los periodistas del motor podían beberse el minibar de los hoteles de cinco estrellas, pedir champán en el bar hasta hartarse, utilizar todos los servicios que ofrecía un hotel así a nuestra costa. "(422)

El presupuesto anual del departamento de relaciones públicas de la sede europea de Mazda en Leverkusen había sido de 15 a 16 millones de euros. El gasto destinado a influir en los periodistas era objeto de un sencillo cálculo:

"Teníamos un cálculo muy sencillo: el periodista medio en nuestros eventos cuesta entre tres y cinco mil euros. Tenía que aportar un valor equivalente de al menos 15.000 euros. Siempre lo conseguimos " (423)

Un efecto positivo adicional de este tipo de información influenciada fue que las contribuciones periodísticas parecen mucho más creíbles que la pura publicidad pagada, aunque en realidad no sea otra cosa.

El grupo Mazda no quiso comentar los detalles y, según su propia declaración, dio por sentado que Danner había llevado a cabo todas las medidas "de conformidad con nuestro código de conducta". También es sorprendente lo poco que se informa sobre el juicio a Danner y la correspondiente denuncia de prácticas periodísticas. Danner también declaró en el juicio:

"Había una cultura practicada de mirar hacia otro lado", y prosiguió: "Todo el mundo sabía que mi trabajo consistía en contentar a los periodistas por todos los medios. Y no querían conocer en detalle esos medios " (425)

Desde hace muchos años, destacados juristas alemanes vienen señalando que los redactores de los medios de comunicación sobornados no se enfrentan a ninguna pena en Alemania. "Tenemos que preguntarnos si finalmente queremos cambiar el hecho de que los periodistas actúen fuera de la jurisdicción de los tribunales", advierte el conocido experto en derecho penal sobre corrupción, el profesor Dr. Ulrich Sommer. Y el fiscal superior de Fráncfort, Michael Loer (jefe del departamento de corrupción de la fiscalía principal para causas penales económicas), también advierte basándose en la todavía insatisfactoria situación legal: "La credibilidad no puede garantizarse legalmente, esto debe juzgarse por la ética profesional, pero sin duda saldrían a la luz más prácticas corruptas."

[\(426\)](#)

Desde Estados Unidos nos llega ahora una tendencia que está haciendo que la gente se siente y tome nota: Comprar un periodista. En el sitio web Spot.us (427) Los usuarios (en su mayoría empresas) sugieren temas a los periodistas y pagan abiertamente por el reportaje. Es lo que se llama "reportajes financiados por la comunidad". Sí, el modelo va en serio: comprar un periodista.

También en Alemania la frontera entre periodismo y relaciones públicas es cada vez más difusa. En un documento técnico sobre marketing se dice que cada vez con más frecuencia se da una "situación en la que todos salen ganando":

Las relaciones públicas de producto y el periodismo se encuentran siempre en una situación en la que ambas partes salen ganando cuando existe un interés publicitario por ambas partes. El hecho de que las relaciones públicas de producto no siempre estén en el papel de proveedor puede ilustrarse con el ejemplo del "coche", en el que a los medios sensacionalistas diarios les gusta competir por la primera publicación de las llamadas fotos "Erlkönig". Se puede hablar de una situación win-win "oculta" en ambos sentidos de la palabra, porque parte de los contactos mutuos tienen lugar entre bastidores de las relaciones personales y, por tanto, en "lugares ocultos"; la situación win-win también está oculta en el debate periodístico, quizá porque los periodistas asumen el papel de agentes de ventas en la información sobre productos y, por tanto, crean una impresión sesgada que no encaja fácilmente con los modelos periodísticos clásicos. (428)

Así pues, los periodistas se convierten cada vez más en "agentes de ventas". ¿Lo sospechan los ciudadanos?

Pues un cuervo no le saca el ojo a otro. Y por eso este libro se convertirá rápidamente en objeto de odio de toda una industria. Del mismo modo que a un médico no se le permite hablar de negligencias médicas y se convierte en un paria entre sus colegas, un periodista siempre debe cerrar los dos ojos cuando se trata de reportajes manchados y del fango que a los periodistas les gusta dejar en el círculo más cercano de nuestras supuestas "élites". A los periodistas alemanes les resulta extremadamente difícil hacer autocrítica. Así lo confirma también el estudio "¿Zimperlieschen? Cómo afrontan la crítica los periodistas alemanes" del Instituto Erich Brost de Periodismo Internacional de la Universidad TU de Dortmund. (429) Alrededor de 1800 periodistas de doce países europeos y dos árabes respondieron a preguntas sobre la autocrítica y el autocontrol en su vida profesional cotidiana. El resultado: un tercio de los encuestados alemanes nunca o casi nunca critican ellos mismos a sus colegas; a la inversa, dos tercios nunca o

casi nunca son criticados por colegas. Es como una regla de hierro: repartir sin recibir. Sebastian Matthes, redactor jefe de Wirtschaftswoche, rompió una vez esta regla de hierro. Escribió en su blog:

Los médicos y los viajes de lujo financiados por las empresas farmacéuticas han sido objeto de muchos debates en los últimos años. Nunca sobre los viajes de periodistas a Miami, Barcelona o Dubai, donde los fabricantes de automóviles a veces sólo presentan el lavado de cara de modelos conocidos. Por supuesto, vuelan como mínimo en clase preferente y normalmente a costa de los fabricantes de automóviles. No es de extrañar que muchos periodistas del automóvil tengan desde hace tiempo estatus de senadores en Lufthansa. (...) Si no se permite invitar a los médicos a las presentaciones de nuevos analgésicos en las islas de los Mares del Sur porque entonces sus decisiones sobre la elección de medicamentos podrían verse influidas, ¿cómo pueden los periodistas seguir siendo objetivos después de su viaje a Miami? También se oyen historias de redactores jefe de grandes periódicos que hacen que su editor de coches interno les traiga un Porsche para el fin de semana largo. (...) En realidad, urge hablar de todo esto. (...) ¿Por qué apenas se habla de ello? Porque afecta a muchos. (430)

La venalidad de los periodistas es una cara oculta de toda una profesión. La otra es la secreta proximidad al poder. Casi todos los medios de comunicación alemanes de renombre, como ya hemos visto, tienen las conexiones más estrechas con las altas esferas de la política y los negocios. (431) Lo ocultan a sus clientes: nosotros, los ciudadanos. Por una buena razón. Porque ellos también están corrompidos por este lado. Al final, el resultado es lo que cada vez más ciudadanos rechazan: desinformación comprada y manipulada que sólo sirve a los intereses de una pequeña camarilla.

Pero todo es aún más desolador. Pues los departamentos de publicidad de las empresas mediáticas también ofrecieron en el pasado a sus clientes, en conversaciones secretas, influir en el alcance y la elección de los temas de los reportajes a cambio de una remuneración. (432) Desde el Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ), perteneciente al SPD, hasta el Frankfurter Rundschau (FR), hoy perteneciente al Frankfurter Allgemeine Zeitung, los anunciantes podían influir directamente en la información, al menos en el pasado. La separación entre periodismo y negocio publicitario es, por tanto, a

menudo pura ficción en la realidad. Andreas Eickelkamp, profesor de la Universidad Libre de Berlín, dice a propósito de la editorial Bauer, por ejemplo:

Hubo muchos casos de publicidad encubierta en Bauer-Verlag, especialmente en las revistas femeninas de bajo precio. En ellas, eran sobre todo las empresas farmacéuticas las que influían en la cobertura editorial. El Consejo de Prensa lo reprendió varias veces. Este es un ejemplo prototípico de la debilidad de los departamentos editoriales de una editorial. El hecho de que la industria farmacéutica esté sujeta a unas directrices publicitarias especialmente estrictas, y que aún así consigan colarse en los textos editoriales, es un claro indicio de una cultura editorial deficiente. (433)

Cualquiera que recopile tales hechos se convierte rápidamente en una imagen enemiga como portador de la noticia. Cuando el ejemplo de un viaje exclusivo de safari reveló lo corruptas que son algunas empresas de medios de comunicación, hubo amenazas legales Un portal de medios informa:

Periodistas del Süddeutsche Zeitung, el Tagesspiegel, el NRZ y el Rheinische Post estuvieron de safari en Sudáfrica en marzo de 2011. "El viaje proporcionó la información de fondo esperada sobre la empresa", resume a Welt am Sonntag el redactor jefe de Tagesspiegel, Stephan-Andreas Casdorff. Los demás periódicos argumentan de forma similar. El SZ señala que el reportero en cuestión era un empleado autónomo. El NRZ incluso amenazó indirectamente a WamS: "Por favor, comprenda que someteremos a revisión legal cualquier otro reportaje sobre nuestra casa" (...).(435)

A la gente no le gusta hablar de ello. Por ejemplo, la empresa surcoreana Samsung invitó a periodistas a los Juegos Olímpicos de Londres y los utilizó para reportajes de cortesía. Samsung también lo hizo en la Feria Internacional de Electrónica de Consumo (Iifa) de Berlín. (436) Se pagaron viajes y se esperaban reportajes adornados.

Al descubierto: Los beneficios adicionales

Lo que el pagador medio de radio siempre ha sospechado es ahora oficial: bastantes periodistas empleados por las cadenas públicas tienen elevados ingresos adicionales. Los parlamentarios, que se financian con los impuestos, tienen que hacer públicos sus ingresos adicionales. Los moderadores de las cadenas públicas, que se financian con tasas obligatorias, no.

Los presentadores de noticias de las cadenas públicas reciben hasta 20.000 euros por una conferencia privada. (437) La revista de medios de comunicación de la NDR, Zapp, informó sobre los lucrativos ingresos complementarios, como actuaciones corporativas, de destacados periodistas de televisión de la ARD, como Tom Buhrow, Michael Antwerpes y Anja Kohl, así como de la ZDF, como Claus Kleber, Peter Hahne y Petra Gerster. El ex redactor jefe de la ZDF, Nikolaus Brender, afirmó que los ingresos complementarios de los periodistas que reclaman credibilidad deben ser transparentes: "Un periodista que quiera hacer trabajos complementarios debe decir públicamente qué hace, quién le paga y a cuánto ascienden sus honorarios".

En un informe del NDR de 2009 se dice: " ...¿se puede realmente seguir entrevistando críticamente al director de un banco si antes se moderó una mesa redonda para el mismo banco por mucho dinero? ¿Y se puede informar hoy de forma independiente sobre una empresa para la que se hizo publicidad ayer mismo?". (438) Está claro que un periodista no aparece gratis en una empresa. Hay que pagar un cierto precio. Y solo se enteran quienes realmente quieren contratar a los periodistas. En 2009, la revista Zapp de la NDR citó estos precios ante un público atónito. Decía: "Sin embargo: después de muchas discusiones, Zapp también tiene las listas de precios de las agencias. Cobran por una presentación o una conferencia de Petra Gerster: unos 14.000 euros; por Tom Buhrow cobran unos 20.000 euros; la misma cantidad por Claus Kleber; Anja Kohl supuestamente viene por unos 6.500 euros; Peter Hahne por unos 10.000 euros; el precio de agencia por Michael Antwerpes: unos 8.000 euros. No está claro cuánto de esto reciben los propios periodistas; no hay información al respecto por parte de agencias y periodistas." (439)

Anja Kohl es una presentadora de ARD que presenta regularmente eventos sobre la bolsa para ARD. Sus apariciones causaron irritación tras un programa de la NDR. Zapp informó: "Presenta y da conferencias en actos que también financian bancos y empresas cuyas acciones cotizan en bolsa. Sus consejos y su

rostro aparecen en los folletos de las empresas. También recibe honorarios por sus apariciones en actos organizados por empresas energéticas". Para algunos críticos, una colisión de intereses. "(440)

El profesor Christian Schicha, científico especializado en medios de comunicación de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Düsseldorf, ha declarado: "Me molesta que los periodistas busquen oportunidades adicionales a su trabajo para hacerse un nombre, para conseguir ingresos que obtienen gracias a su popularidad. Eso no tiene necesariamente nada que ver con la pericia, pero sí mucho con la celebridad. Así que me molesta entonces cuando, en última instancia, esta popularidad se utiliza para entrar realmente en este campo".

Ni siquiera los que más cobran en las sillas ejecutivas ganan mal. Según la prensa, el antiguo presentador de Tagesthemen, Tom Buhrow, recibió de la WDR en 2013 un salario anual de más de 350.000 euros. (441) Los jefes de ARD y ZDF ganan más que nuestros jefes de Gobierno. Y además tienen ingresos adicionales.

Lavado de cerebro: las tijeras en la cabeza

El lavado de cerebro se utiliza para la manipulación psicológica. Es un intento de control mental y un sello distintivo de los Estados totalitarios. Cuando los medios de comunicación norcoreanos, controlados por los mismos medios, informan sobre el amado líder, es una forma de lavado de cerebro. Cuando los mulás hacen desfilar a cientos de miles de personas en Teherán gritando eslóganes como "Muerte a Estados Unidos", eso también es un lavado de cerebro. Porque a ningún periodista norcoreano o iraní se le permite informar de otra cosa que no sea la versión oficial. Y así se produce una opinión unificada. En las democracias, supuestamente, no hay lavado de cerebro. Después de todo, las Naciones Unidas prohibieron el lavado de cerebro y el control mental de poblaciones o grupos de población en 1975. Pero, ¿cómo llamar a lo que hoy producen en el mundo de habla alemana los "medios de calidad"? Donde antes el pluralismo y las diferentes opiniones discutían entre sí, hoy prevalece un clima de miedo.

La evolución ha dotado al ser humano de ojos para observar su entorno y de un cerebro para procesar las impresiones. A veces hay ilusiones sensoriales. A los políticos y a los medios de comunicación les gusta pintar una imagen de nuestro entorno que es completamente diferente si se examina más de cerca. Es lo políticamente correcto. Pero ahora tenemos miedo de la verdad. Hay tabúes entre los periodistas.

Un ejemplo más antiguo, pero claro: el 5 de junio de 2008, Maybrit Illner moderó un programa de entrevistas en ZDF sobre el asunto del espionaje en Deutsche Telekom. Previamente se había sabido que la dirección de la empresa había hecho comparar ilegalmente los datos de conexión telefónica de miembros del consejo de vigilancia y periodistas entre 2005 y 2006 para averiguar quién había transmitido información interna de las reuniones del consejo de vigilancia a los medios de comunicación. Políticos de alto nivel como Wolfgang Bosbach y periodistas como Hans Leyendecker (Süddeutsche) debatieron el asunto. Pero aunque en el debate también se habló de las omisiones de René Obermann, presidente del consejo de administración de Telekom, su nombre no se mencionó ni una sola vez. ¿Por qué? ¿Porque la moderadora Maybrit Illner y René Obermann eran pareja en privado? El punto ciego dejó claro a todo el mundo que existen tabúes evidentes a la hora de informar.

Hubo una larga y amplia discusión sobre un terrible asunto de espionaje. Y no se nombró a uno de los responsables. Ni Wolfgang Bosbach (CDU) ni Hans Leyendecker, ni los codiscutidores Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, ministra de Justicia, ni el director gerente de la Asociación Federal de Detectives Alemanes rompieron el tabú tácito.

La antigua tierra de poetas y pensadores se ha convertido en una nación de cobardes. El libre pensamiento, requisito previo de nuestra antigua prosperidad, se considera ahora indecente. Somos víctimas del lavado de cerebro de los medios de comunicación. Los periodistas políticamente correctos, que trabajan con tijeras en la cabeza, dictan nuestro pensamiento, como en una dictadura totalitaria. Para nosotros, los ciudadanos de hoy, ser políticamente correctos significa tragarnos las mentiras lavadas del cerebro de la política y los medios de comunicación. ¿Qué nos distingue realmente de Corea del Norte o Irán en este ámbito?

Estamos rodeados de una tupida red de tabúes y corrección política a la que uno ya no puede enfrentarse abiertamente. La mera sospecha de haber violado lo políticamente correcto convierte a una persona en el resto de su vida, en el mejor de los casos, en un idiota (como el ex presidente alemán Heinrich Lübke) o en un marginado. Todo el mundo lo sabe. Y ahora todos repiten como loros los dictados del lenguaje y el pensamiento, como en una dictadura. Cualquiera que piense con claridad y se mueva fuera de lo políticamente correcto es rápidamente tachado de malvado "populista". Tenemos miedo de que nos llamen "populistas". ¿Por qué? Al fin y al cabo, la palabra "populista" viene del latín "populus" (pueblo) y denota cercanía al pueblo. ¿Es realmente tabú estar cerca del pueblo como ciudadano?

En el pasado, las ejecuciones tenían lugar en el mercado. Hoy lo hacen los medios de comunicación para todos aquellos que aún desafían la corrección política prescrita. Cualquiera que cuestione su supremacía y, por tanto, su soberanía de interpretación, será tratado sumariamente, si no ha sido ya ahorcado por la turba de linchamiento políticamente correcta.

Por ejemplo, cualquiera que no crea en el futuro del euro es considerado antieuropeo y un acérrimo en los medios de comunicación en lengua alemana. Los que tienen dudas sobre el supuesto cambio climático también son malos y perversos. Peor aún son quienes culpan de la pobreza y los problemas sociales a los propios afectados. Entonces son supuestamente duros de corazón e insolidarios. Con el cristianismo es muy distinto. Obviamente, hoy en día no se puede difamar lo suficiente contra los cristianos y los valores cristianos. Por

alguna razón desconocida, es completamente diferente con el Islam. Mientras que la crítica a la Iglesia se considera progresista, una visión crítica del Islam es supuestamente xenófoba, casi peor que el antisemitismo.

El paternalismo en el pensar y en el hablar, el control de los antaño librepensadores del mundo germanohablante por parte de los guardianes del bloque periodístico es inconfundible. Porque son sobre todo los periodistas los que dan ejemplo de las pautas de pensamiento. Han metido a la gente en una jaula llena de miedos. Ahora tenemos un nuevo lenguaje, el Schönsprech. Ahora llamamos a la gente fea "estéticamente desafiante" y a los estúpidos "mentalmente desafiantes". Decimos "generación de 60 años o más" en lugar de pensionistas y "dotados" en lugar de discapacitados. Y ya ningún político quiere "admitir" nada, más bien sólo se "admite". Todo esto forma parte del tono políticamente correcto.

En los últimos años, miles de palabras han sido sustituidas imperceptiblemente por otras en las redacciones. A menudo, los ciudadanos ni siquiera nos hemos dado cuenta. Quienes tienen la soberanía de la interpretación en los medios de comunicación cambian nuestro pensamiento dándonos los nuevos términos políticamente correctos. Llamamos "daños colaterales" a la matanza de civiles y un disparo es ahora una "liberación". George Orwell llamó a esta transformación subrepticia del lenguaje "neohabla" en 1949, cuando escribió su obra maestra 1984. Esta "neolengua" se desarrolló en su novela para reducir la diversidad de pensamiento. En lenguaje llano: estandarizar el pensamiento de las masas mediante el lavado de cerebro. Un ejemplo: millones de personas escuchan al presentador de noticias de la ZDF Claus Kleber. A finales del verano de 2013, cuando se discutía si las tropas occidentales debían intervenir en la guerra civil siria, Claus Kleber explicó qué es la guerra y dijo literalmente: "Con lo cual, para redondear, nadie está hablando de una guerra en este momento. Se habla posiblemente de un ataque militar limitado como medida punitiva". (442) Por tanto, si se quiere invadir un país extranjero y bombardearlo -como hicieron los países occidentales en su momento-, eso no tiene nada que ver con la guerra. No, Claus Kleber habló de un "redondeo" y de una "medida punitiva limitada". Al mismo tiempo, el periódico Bild calificó la acción planeada de "operación limitada" - los periodistas evitaron la palabra "guerra". Así es como funciona la manipulación políticamente correcta de las masas con nuevas plantillas de palabras que dictan el pensamiento de las masas ahí fuera.

En Alemania, la Ley Fundamental garantiza la libertad de expresión. Pero la Ley Fundamental permite más de lo que aún nos permite la corrección política. El

instituto demoscópico Allensbach lo demostró en 2013. (443) Según esto, cada vez hay normas y tabúes lingüísticos sociales más estrictos. Un número considerable de personas siente definitivamente la presión social a la que uno puede exponerse si se desvía del consenso social con su punto de vista. Cada vez más personas tienen la sensación de que ya no se les permite decir ciertas cosas. No quieren "quemarse la boca". Porque las opiniones discrepantes son castigadas. Los funcionarios de lo políticamente correcto -los periodistas de opinión- deciden lo que todavía se considera discutible. Ya no se trata de sentido común. Lo políticamente correcto quiere condenar las opiniones discrepantes como inmorales. Y por eso ya no se critican las opiniones discrepantes, sino que simplemente se odian. A los que discrepan no se les refuta, sino que se les silencia. Los nuevos jacobinos de la única opinión verdadera en las redacciones afirman que muchas opiniones discrepantes ofenden el honor, la vergüenza y la decencia. En Alemania, la acusación de incitación al pueblo es muy fácil de conseguir. La gente tiene miedo de eso. Por eso, la libertad de pensamiento en Alemania ya sólo existe sobre el papel. Porque la corrección política en las redacciones no es más que una forma moderna de censura. Las prohibiciones lingüísticas y la censura han producido un conformismo de pacotilla.

Los ciudadanos hemos soportado esto durante mucho tiempo. Le hemos seguido la corriente. Hemos sido compañeros de viaje conformistas. Sí, durante mucho tiempo ni siquiera nos sentimos estúpidos cuando los periodistas violaban nuestro idioma con neologismos impronunciables. La gran I en medio de la palabra es el más común de estos insultos. Ahora decimos activistas y activistas, políticos y políticos, expertos en ayuda al desarrollo y expertos en ayuda al desarrollo. Esto hace que la simple ama de casa, que no tiene esa oportunidad de demostrar su feminidad a través de la ortografía, parezca bastante tonta. Sin embargo, estamos orgullosos de nuestro avanzado atontamiento mediático. Incluso los menos dotados deben darse cuenta de que a las mujeres les gusta utilizar el plural femenino ("Innen") para profesores, médicos, periodistas, autores, maestros y todo tipo de términos con connotaciones positivas o neutras. Pero, curiosamente, nunca lo encuentran en los medios de comunicación con asesinos, ladrones, terroristas u otros criminales. Por supuesto, no quieren tener nada que ver con eso, es algo puramente masculino. Tampoco se ha oído hablar nunca del término "torturador", "vago" o "cabezón". La política lingüística feminista políticamente correcta de nuestras periodistas de opinión simplemente no lo contempla.

Una persona que ha reconocido la locura cotidiana de los periodistas es Jacob Appelbaum. Es compañero del denunciante Edward Snowden, que se hizo internacionalmente conocido en relación con las revelaciones sobre el asunto del espionaje de la NSA. Jacob Appelbaum es un periodista estadounidense. Recibió el Premio Henri Nannen de Periodismo de Investigación en 2014. Después quiso que se fundiera el premio con el busto de bronce de Henri Nannen. Appelbaum señala que Nannen, fundador de Stern, fue miembro de la compañía de propaganda del Tercer Reich y trabajó en el departamento "Südstern" de las SS. Nannen estaba estrechamente vinculado al régimen nazi y ya fue el portavoz del estadio nazi en los Juegos Olímpicos de 1936 en Berlín. El logotipo de la unidad "Südstern" de las SS sirvió más tarde a Nannen de modelo para el logotipo de la revista Stern, que fundó después de la guerra. En 2014, Appelbaum publicó textos que, según sus investigaciones, arrojan nueva luz sobre los diarios de Hitler. El texto de Appelbaum sobre el tema dice: " Después de la guerra, Henri Nannen participó en el intento de presentar al público los diarios de Hitler como auténticos." Appelbaum señala que Nannen " participó en importantes reuniones en las que se tomó la decisión de publicar los diarios de Hitler. Lo que a menudo se olvida en este contexto es el hecho de que los diarios eran en realidad un intento de blanquear a Hitler. Lo presentan como alguien que estaba en contra de la Noche de los Cristales, quería la paz con Inglaterra y se oponía al Holocausto".(444) Appelbaum continúa diciendo que Nannen fue "en parte responsable del intento de presentar a Hitler como inocente" y que "Nannen no fue un simple seguidor, sino claramente un cocreador".

Seamos claros: la editorial hamburguesa Gruner + Jahr y la revista Stern, que publica, quieren "promover y cultivar el periodismo de calidad en el mundo de habla alemana y, al mismo tiempo, mantener viva la memoria del fundador de Stern, Henri Nannen" como fundadores del Premio Henri Nannen. No tienen ningún problema con el hecho de que Henri Nannen trabajara en el departamento "Südstern" de las SS. Esto no merece un titular para Stern. En el caso del actor Horst Tappert, los periodistas de Stern dan una nota muy diferente: "Cinco años después de su muerte, sale a la luz un oscuro secreto de su pasado. (445) La diferencia entre Henri Nannen y Horst Tappert sigue siendo oscura.

¿Hasta dónde queremos llegar? El frente unido del pensamiento se ha convertido en un peligro para nuestra democracia. Periodistas y medios de comunicación, políticos y empresarios se reúnen una y otra vez en la misma composición de círculos en conferencias, seminarios, talleres y bailes o fiestas. Y así determinan

la soberanía de la interpretación sobre nuestras vidas. Acuerdan nuevas formas de pensar, cuyas frases vacías son fácilmente difundidas por los medios de comunicación. Nos arrebatan el pensamiento. Hornean a sus propios periodistas, a los ganadores de los premios de la paz y del Nobel (sin preguntar al pueblo), ocupan casi en exclusiva todas las autoridades morales. Sólo hay una manera de escapar a este lavado de cerebro totalitario: Boicotear a los principales medios de comunicación y dejar en el paro a sus empleados.

Votar con la cartera: los periodistas se convierten en casos sociales

Imaginen un país en el que el 25% de la población emigra en pocos meses. Y ya no paga impuestos. Y la tendencia continuaría. Entonces el país se acabaría más rápido de lo que se puede mirar. Esto es exactamente lo que les está ocurriendo en estos momentos a los principales medios de comunicación alemanes. Los que financian su trabajo se alejan en masa. Votan con sus carteras. En julio de 2014, una revista especializada informaba de las dramáticas pérdidas en los quioscos en el segundo trimestre del año, algo difícil de creer:

FAZ, DIE WELT y HANDELSBLATT perdieron porcentajes de dos dígitos cada uno en el quiosco. WELT y HANDELSBLATT perdieron una quinta parte de sus clientes y el TAZ incluso una cuarta parte. HANDELSBLATT sigue vendiendo 5.000 ejemplares en el quiosco, el TAZ vende ahora menos de 4.000 ejemplares. [\(446\)](#)

Esta evolución continúa sin interrupción. Los principales medios de comunicación reciben ahora el recibo de la población. En lenguaje llano: los "medios de calidad" se están ahogando en su propio vómito. Esto no tiene nada que ver con Internet, como a menudo se afirma. La gente podría suscribirse en masa a las ediciones electrónicas de los "medios de calidad", pero no lo hace. Porque finalmente están hartos de la propaganda subversiva que allí se publica.

Desde aproximadamente el cambio de milenio, el panorama mediático alemán ha experimentado la mayor oleada de despidos de la historia. Incluso la Agencia Federal de Empleo admitió en 2012, con total impotencia, que un medio de comunicación tras otro se enfrenta a la insolvencia y que los "periodistas de calidad" se sientan en la calle en masa. [\(447\)](#) La previsión: de aquí a 2022, uno de cada siete periodistas perderá su empleo. [\(448\)](#) Sin embargo, las redacciones ya han sido barridas con una escoba. Los periodistas de prensa, como los zapateros y los guarnicioneros, se están convirtiendo en una profesión en extinción. Los periodistas se están convirtiendo en casos sociales.

La Rheinische Merkur dejó de fabricarse en 2010 tras perder millones. Y luego fue de más a menos. El Financial Times Deutschland (FTD), fundado en 2000 por Gruner + Jahr, empresa de medios de comunicación de Hamburgo, era uno de los periódicos económicos alemanes más conocidos por las élites. El periódico, de tendencia política izquierdista, se inmiscuyó agresivamente en la

política y, como periódico económico, llegó a hacer recomendaciones electorales, por ejemplo para Bündnis 90/Die Grünen en las elecciones europeas de 2009. En realidad, los periodistas de FTD trabajaban más para la papellera que para conseguir un gran número de lectores. En 2012, lo que tenía que llegar era el final. Y 300 periodistas de FTD perdieron su trabajo. La revista de negocios Capital (fundada en 1962), también publicada por Gruner + Jahr, todavía tenía una tirada de 293.000 ejemplares en 2000 y unos 137.000 en 2014, lo que supone una reducción de su difusión a más de la mitad. Tampoco en este caso el futuro parece halagüeño. La revista de negocios Impulse, fundada en 1980 y también publicada por Gruner + Jahr, fue vendida en enero de 2013. Solo el Financial Times Deutschland causó unas pérdidas de 250 millones de euros a la editorial Gruner + Jahr. [\(449\)](#)

Es importante recordar que se supone que los periodistas y las empresas de medios de comunicación deben aportar dinero, no quemarlo. Pero eso es exactamente lo que han estado haciendo la mayoría de ellos durante años. El Frankfurter Rundschau, fundado en 1945 y políticamente de izquierdas desde el principio, tuvo unas pérdidas de unos 19 millones de euros en 2012 y de hasta 20 millones de euros en 2011. [\(450\)](#) El concepto de ser un periódico puramente afiliado al SPD había fracasado. [\(451\)](#) Después de 66 años, la historia del FR como periódico nacional llegó a su fin en 2011 (la parte nacional se hizo a partir de entonces en Berlín [\(452\)](#) y en 2013 llegó el final y la absorción. [\(453\)](#) Entre medias hubo despidos masivos. Solo se contrató a un puñado de redactores: el resto acabó en la calle. El antaño renombrado FAZ sólo cuenta con 208 000 abonados de pago y está en números rojos, se han cancelado los aumentos salariales. El FAZ está al borde del precipicio financiero. [\(454\)](#)

El Abendzeitung Nürnberg dejó de publicarse en 2012, tras 93 años de existencia, lo que afectó a 35 empleados. [\(455\)](#) El Abendzeitung de Múnich - también un periódico tradicional- se declaró insolvente en la primavera de 2014. Había acumulado unas pérdidas de 70 millones de euros. [\(456\)](#) 115 empleados se enfrentaron de la noche a la mañana a un futuro incierto. [\(457\)](#) El grupo mediático WAZ anunció en enero de 2013 el cierre total de la redacción del diario Westfälische Rundschau en febrero de 2013. Había incurrido en pérdidas de 50 millones de euros en cinco años. El General-Anzeiger, con sede en Bonn, cerró su corresponsalía en Berlín el 31 de diciembre de 2013 para ahorrar unos 400.000 euros al año. Tres corresponsales perdieron su empleo. [\(458\)](#) En marzo de 2014, el Westdeutsche Zeitung (WZ) anunció su intención de reducir a la

mitad el número de redactores, de 100 a 50. (459) En mayo de 2014, se recortaron 36 puestos de redacción en el Leipziger Volkszeitung. (460)

Ninguno de los periodistas afectados por los despidos masivos pensó en por qué se había llegado a esta situación. Todos pensaban en cómo imponer por la fuerza a la población las antiguas condiciones, por ejemplo, con una "ley de reactivación de la prensa", según la cual los periodistas de los "medios de calidad" serían subvencionados por el Estado a través de los impuestos. (461) Ni siquiera los directores de los medios de comunicación parecen darse cuenta de lo que está ocurriendo. Un ejemplo especialmente flagrante es el del coeditor del FAZ, Werner D'Inka. En un comentario muy básico sobre la desaparición del Frankfurter Rundschau, afirma: "Y cuando haya desaparecido el último periódico decente, sólo quedarán los cotilleos". (462)

Así que, desde la perspectiva de un redactor de FAZ, lo que no se publica es "cotilleo". ¿Qué anticuada visión del mundo es ésta del milenio pasado? Como joven redactor del FAZ en los años 80, todavía estaba junto a mi entonces colega D'Inka en la redacción del FAZ cuando todavía se utilizaba el plomo. Y vivimos juntos el final de la era del plomo. Pero desde entonces el panorama de los medios de comunicación ha cambiado enormemente. Pero para D'Inka, obviamente, el periodismo sigue siendo sólo periodismo si (también) se imprime. Estos directivos no preparan adecuadamente a su personal para la transformación digital. Como ellos mismos no se enfrentan a este cambio, simplemente quieren negarlo. Eso no funcionará. ¿Es posible retroceder? No, desde luego que no. ¿No es de extrañar que el antaño próspero Frankfurter Allgemeine Zeitung también se dirija directamente a la gran quiebra con directivos así?

Sin embargo, es evidente que muchos periodistas no tienen muy buena opinión de su propio trabajo. Al menos no pagarían ni un céntimo por él. Un portal informa de los resultados de una encuesta entre 1.300 periodistas:

Lo sorprendente, sin embargo, es que muchos periodistas no están convencidos del valor de su trabajo ni del medio en el que trabajan a tiempo completo. El 38% afirma que no querría pagar dinero por leer la edición en línea de su medio, sólo el 44% "se muestra dispuesto a pagar", como he dicho: por su propio medio. El 17% no sabe o no especifica.(463)

Si los propios periodistas no están convencidos de su trabajo y no pagarían por él, ¿cómo pueden esperar que lo estén sus clientes? El futuro de los periodistas en el mundo germanoparlante se presenta sombrío. Y esto no deja de ser una

fanfarronada. Si quiere saber lo que les espera a nuestros "periodistas de calidad", sólo tiene que echar un rápido vistazo a Estados Unidos. La palabra clave, (todavía) extraña para los europeos, es: periodismo robot. Un portal de medios de comunicación informó sobre ello en 2014:

El periodismo automatizado está implantado desde hace tiempo en Estados Unidos. Forbes, por ejemplo, tiene un blog entero poblado por la empresa estadounidense Narrative Science. El ordenador redacta de forma autónoma informes sobre las expectativas de balance de las empresas. Hace poco, Los Angeles Times probó suerte con un nuevo proyecto. El llamado Quakebot publica informes sobre terremotos casi en tiempo real en cuanto superan cierta magnitud. El periodismo automatizado parece ser más popular en la información deportiva. Statsheet.com está especializado en noticias de baloncesto. La Universidad Northwestern está poniendo en marcha un proyecto similar para el béisbol. (464)

Lo que para muchos periodistas suena a futuro futurista, en Alemania hace tiempo que se ensaya entre bastidores. El periodismo robótico también está en auge aquí. Y una agencia de comunicación de Stuttgart ha desarrollado un software capaz de formular artículos a partir de grandes cantidades de datos sin intervención de redactores. La máquina pronto competirá con los medios de comunicación establecidos. (465) Todo lo que se necesita entonces son unos cuantos periodistas alfa que marquen la dirección de los artículos: las máquinas harán el resto.

¿Imparcial? El imperio mediático del SPD

En 2013, el Frankfurter Allgemeine Zeitung, más bien conservador, absorbió al Frankfurter Rundschau, más bien de izquierdas. (466) A finales de 2012, el Frankfurter Rundschau, el buque insignia mediático de la socialdemocracia alemana, se declaró insolvente. Sí, han leído bien. El FR estaba estrechamente entrelazado con la socialdemocracia alemana. A través del holding Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (DDVG), propiedad del SPD, los camaradas Gabriel, Steinbrück, Schröder, Nahles y compañía poseían el 40% de las acciones del periódico en quiebra. Sin embargo, el FR no era el único periódico en el que participaba el SPD. En aquella época, los socialdemócratas tenían acciones en el renombrado Westfälische Rundschau, en la revista Öko-Test y en el Nordbayerischer Kurier. Muchos diarios locales siguen en la cartera de los socialdemócratas, al igual que emisoras de radio, imprentas y librerías. Pero también participaciones en empresas de viajes y agencias de marketing. Los socialdemócratas incluso querían ganar mucho dinero con los cruceros. Hace unos años empezaron a comercializar viajes de vacaciones en el "MS Princess Daphne" a través de su propia SPD-Reiseservice GmbH. No, no es una broma: el SPD se hizo con un barco de ensueño. (467) Así pues, el SPD es una empresa comercial. La antigua tesorera socialdemócrata Barbara Hendricks, que ahora es ministra de Medio Ambiente en la coalición negro-rojo, se sentó en las palancas de este negocio. En aquel momento, contaba con el apoyo de veteranos compañeros en el consejo de supervisión de los medios de comunicación y el negocio de los cruceros. Hoy, el diputado del SPD Dietmar Nietan controla el negocio. Probablemente apenas sea conocido por la mayoría de los alemanes, pero en realidad es uno de los mayores editores alemanes.

Así pues, el SPD gana dinero invirtiendo en los medios de comunicación. En términos de política de partido, las inversiones del SPD también han dado sus frutos hasta ahora. El instituto de investigación "Medien Tenor" estudió el trabajo periodístico del Sächsische Zeitung, del que DDVG poseía entonces el 40% de las acciones, durante la campaña electoral al Bundestag de 2002. Los investigadores descubrieron lo evidente. El Sächsische Zeitung informaba de forma significativamente más amable y moderada sobre el gobierno del SPD de Schröder que sobre la oposición liderada entonces por la CDU. DDVG posee otras participaciones importantes a través de Madsack GmbH de Hannover, en la que tiene derechos de voto. A través de estas desviaciones, el SPD posiblemente

utilizó también políticamente su acceso a numerosos periódicos locales, como el Leipziger Volkszeitung y el Hannoversche Allgemeine, así como a las productoras de televisión AZ Media y el Grupo TVN. Ambas empresas de televisión producían reportajes, documentales y entretenimiento de masas sin brillo para todas las grandes cadenas, privadas y públicas. "Incluso donde sólo tenemos el 30 o el 40 por ciento, nada puede ocurrir sin nosotros", explicó la ex tesorera del SPD Inge Wettig-Danielmeier. Así que no hay que dejarse engañar por las supuestamente insignificantes, porque cuantitativamente pequeñas, participaciones del holding DDVG del SPD. ¿Leen sus hijos cuentos sobre "Oscar el globero", "Paula Pünktchen" o "Heini Hummel"? DDVG tiene acciones en la editorial de libros infantiles Tivola, que publica estos cuentos. La intervención política no puede empezar lo bastante pronto. A través de su filial Vorwärts, DDVG posee acciones en la editorial Parthas, que se encarga principalmente de las publicaciones de libros de la cadena estatal ARTE. Además de estos y otros compromisos en el sector de la prensa escrita, mayoritariamente local, el SPD invierte mucho dinero en emisoras de radio supuestamente privadas a través de DDVG y aprovecha así una clientela potencial de hasta 10 millones de oyentes diarios. ¿Pueden las redacciones de los periódicos y emisoras de radio "privados" seguir trabajando de forma independiente en estas circunstancias económicas?

Wolfgang Storz, antiguo redactor jefe del Frankfurter Rundschau, también se hará esta pregunta. En 2005, la entonces tesorera del SPD, Inge Wettig-Danielmeier, "recomendó" por correo la impresión de un texto que describía "un aspecto interesante de la relación entre el SPD y el Partido de Izquierda". "Me complacería que este artículo pudiera ponerse pronto a disposición de un círculo más amplio de lectores a través del 'Frankfurter Rundschau'". El redactor jefe Storz no siguió la recomendación. Tenía la "firme convicción de que esto afectaría a la independencia editorial" respondió al leal soldado del partido. Sin embargo, " en este caso especial, en el que el 'Frankfurter Rundschau' bajo la dirección del Sr. Storz se había convertido durante semanas en un periódico de propaganda del Partido de Izquierda, vio justificada mi petición" . En 2006, Wolfgang Storz tuvo que dimitir de su cargo. Según confirmó entonces el director Peter Skulimma, el despido se debió a diferencias de opinión sobre la futura dirección política del periódico ([468](#))

Echemos un vistazo al poder mediático del holding Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (DDVG), propiedad del SPD: DDVG tenía participaciones

en las siguientes editoriales (nombrando las participaciones y productos mediáticos más importantes): en Oliva Druck- und Verlagsgesellschaft, que a su vez tiene una participación en Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft (Cuxhavener Nachrichten, Niederelbe-Zeitung). DDVG posee la Berlin vorwärts Verlagsgesellschaft (Vorwärts, Demokratische Gemeinde), la vorwärts-Buch Verlagsgesellschaft, también Presse- Druck. A través de esta última tiene una participación mayoritaria en la editorial de periódicos Neue Westfälische, Bielefeld (Neue Westfälische). DDVG tiene participaciones en Tivola Publishing (edutainment, software educativo y libros infantiles), es accionista mayoritario de Öko-Test Holding, tiene participaciones en Öko-Test Verlags GmbH, en Bayreuth Druck + Media, en Nordbayerischer Kurier Zeitungsverlag (Nordbayerischer Kurier), en Dresdner Druck- und Verlagshaus (Sächsische Zeitung, Morgenpost Sachsen), en Frankenpost Verlag, Hof (Frankenpost), en Suhler Verlagsgesellschaft (Freies Wort, Südthüringer Zeitung), en Druck- und Verlagsanstalt "Neue Presse" (Neue Presse Coburg) y mediante intercalación en Hannoversche Allgemeine Zeitung, Neue Presse Hannover, Göttinger Tageblatt, Peiner Allgemeine Zeitung, Märkische Allgemeine Zeitung, así como en Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft (Leipziger Volkszeitung, Dresdner Neueste Nachrichten) y en las emisoras de radio privadas FFN, Hit-Radio Antenne y Radio 21, así como en Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH & Co KG (RPR1). Además, hay participaciones en imprentas como Dräger + Wullenwever print + media Lübeck y Hildesheimer Druck- und Verlagsgesellschaft. La lista podría continuar.

Difícilmente se puede mostrar con mayor claridad la imbricación de la política de partido y los medios de comunicación. Y el SPD explotó su poder mediático en el pasado no solo en términos editoriales. En diciembre de 2013, Der Spiegel informó de que DDVG estaba socavando el salario mínimo acordado por la gran coalición de SPD y CDU/CSU en empresas de reparto de periódicos y cartas en las que tenía participaciones indirectas, porque el personal de reparto no se pagaba en función del tiempo, sino del número de artículos entregados. (469)

Los socialdemócratas llevan 140 años en activo como editores de periódicos. (470) En el Imperio, los periódicos del SPD, financiados con los "céntimos de los trabajadores" ahorrados laboriosamente, todavía se veían a sí mismos como un contrapeso a los periódicos burgueses, en su mayoría obedientes. Hoy, los holdings de la DDVG no son los restos de esta otrora orgullosa pequeña prensa obrera, sino un poder mediático al que nadie puede seguir la pista y con el que se puede influir hábilmente en masas de gente en cualquier momento.

Torben Stephan escribió un interesante libro sobre los antecedentes en 2008 (Medienmacht Sozialdemokratie). Muestra las circunstancias en las que el SPD expandió rápidamente su imperio mediático: Mientras el canciller Gerhard Schröder se negaba a conceder entrevistas a Bild - Zeitung a principios de 2004 por supuestas campañas en su contra, otra parte del SPD se dedicaba a comprar nuevos periódicos. Al mismo tiempo, el entonces ministro de Economía del SPD, Wolfgang Clement, trabajaba en la flexibilización de la ley de fusión de la prensa, en interés del SPD, por supuesto. La coincidencia de estos tres acontecimientos, brevemente expuestos aquí, ya hizo pensar a muchos observadores en una conspiración. El SPD estaba haciendo obedientes a los medios de comunicación, así rezaba la acusación. Por eso surgió la pregunta de cuál era la estrategia mediática de los socialdemócratas y qué objetivos perseguían con sus participaciones minoritarias en editoriales alemanas. El autor Torben Stephan examinó los aspectos individuales e intentó encontrar una respuesta a la pregunta de por qué los socialdemócratas ampliaron sus participaciones en los medios de comunicación. Su tesis: ya no se trata sólo de aumentar las arcas de la campaña electoral, sino sobre todo de mantener el poder y la influencia del SPD en los medios de comunicación.

Dice el FAZ sobre las participaciones del SPD en los medios de comunicación:

La propiedad era y es controvertida porque los medios de comunicación informan sobre el SPD, y deberían hacerlo de forma independiente. (471)

La realidad en las redacciones alemanas es la siguiente: según un estudio representativo, el 34 por ciento de los periodistas son afines a los Verdes, y otro 25 por ciento al SPD, como explicó el científico de la comunicación Mathias Kepplinger. Si cerca del 60 por ciento de los periodistas alemanes (aquí ni siquiera se tiene en cuenta al Partido de Izquierda) son de izquierdas, y el SPD es un grupo mediático al que hay que tomar en serio, ¿qué decir de la peligrosa proximidad entre la política y los representantes de los medios de comunicación?

En 2014 se vio con qué descaro el SPD apoya su poder mediático a través del holding Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft (DDVG), propiedad del SPD. Como compensación por los costes adicionales del salario mínimo legal, se iba a conceder a las editoriales un descuento en las cotizaciones sociales de su personal de reparto. De este modo, según los planes, alrededor del 60% de las cargas derivadas del salario mínimo volverían a las casas de prensa. El Estado pagaría hasta 135 millones de euros por este acuerdo especial. El "tira y afloja" fue negociado por Andrea Nahles, la ministra de Trabajo responsable, que, como

es bien sabido, es miembro del SPD. Sin embargo, es posible que los socialdemócratas no sólo tengan un interés político en el compromiso que ahora se ha alcanzado, sino también un interés económico como partido.

Como ya se ha dicho, la mayoría de los periódicos alemanes sufren un descenso de difusión. Ello se debe no sólo a la creciente importancia de los medios electrónicos, sino también a la creciente autoestima de los lectores. Ya no quieren soportar la uniformidad políticamente correcta de las redacciones, en su mayoría de izquierdas, y cancelan sus suscripciones cada vez en mayor número. Sin embargo, sobre todo en tiempos de crisis como los actuales, la clase política necesita urgentemente periodistas complacientes que oculten o maquillen la gravedad de la situación. La concesión de 135 millones de euros a los editores es, por tanto, en cierta medida también un interés político propio de los viejos partidos.

Además, razones económicas tangibles también pueden haber desempeñado un papel en el acuerdo, al menos en lo que respecta al SPD. El SPD no es sólo un partido político, sino también el propietario de la Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft. La mayor parte de los beneficios generados allí se distribuyen al SPD como accionista, lo que se supone que contribuye a la independencia financiera del partido. Como grupo editorial, DDVG alcanza una tirada total de unos 435.000 ejemplares sólo con sus diarios. La mayoría de los ejemplares van a parar a suscriptores, a los que los reparte cada mañana un transportista de periódicos. Así, DDVG, y por tanto indirectamente el SPD, también se benefician del regalo de su ministro a los editores alemanes. Estos acuerdos se negocian discretamente en la trastienda.

Capítulo 5

Casos prácticos del frente propagandístico

Todas las personas nombradas en este libro niegan una proximidad pegajosa a organizaciones de élite. También niegan ser grupos de presión. También niegan estar "corrompidos" por la proximidad a la élite. Y niegan haber perdido su mordacidad periodística como periodistas cercanos a los grupos mencionados. Niegan que esa proximidad afecte a sus reportajes.

A mi amigo Peter Scholl-Latour, a quien conocí en muchas zonas de guerra, le preguntaron en 2014, a la edad de 90 años y pocas semanas antes de su muerte, sobre su experiencia vital en el tema de los medios de comunicación y la censura. Respondió:

Paul Sethe, que era un editorialista inmensamente conservador y escribía para el Welt y el FAZ, escribió una vez hace muchos años: "La libertad de prensa en Occidente es la libertad de 200 ricos para publicar su opinión"; entretanto ya no hay 200, ahora sólo hay 4 ó 5 personas [\(472\)](#)

Así pues, según Peter Scholl-Latour, hoy en día cuatro o cinco personas sólo determinan la opinión dominante. La diversidad de opiniones ya no existe. Y Paul Sethe, mencionado por Peter Scholl-Latour, que al fin y al cabo fue uno de los redactores fundadores del FAZ, fue despedido del FAZ en su momento porque no estaba en la línea. [\(473\)](#) La Cancillería y los demás editores ejercieron esta presión, al igual que los empresarios. Dejaron de poner anuncios en el FAZ y querían aumentar la presión. El entonces director de Salamander AG, Alexander Haffner, se sentó en el comité de promoción del FAZ y dijo abiertamente: "El periódico fue fundado por el mundo empresarial ...". Y sus intereses debían reflejarse en él. [\(474\)](#) Así que el editor del FAZ, Sethe, recibió una patada. Incluso en el Bundestag (116ª sesión) se describió cómo un editor del FAZ fue "echado a patadas". [\(475\)](#) Esto también le ocurrió al editor del FAZ Jürgen Thern. Y esto es lo que le ocurrió al editor de FAZ Hugo Müller-Vogg después de 24 años (13 de ellos como editor). Un martes por la tarde fue despedido inesperadamente. A día de hoy, no se han comunicado al editor las razones de su despido. La impresión que queda de este libro es que detrás del

FAZ, como hemos visto, hay a veces una mente corrupta. Y es evidente que se le promueve y protege, pero desde luego no se le despiden. Porque, desde mi punto de vista subjetivo, el FAZ no es tan imparcial, neutral e independiente como pretende ser. Esto es así en todos nuestros principales medios de comunicación. A los que se sienten incómodos o tienen una opinión discrepante se les enseña la puerta. Eso se aplica a los redactores y también a los editores o jefes de redacción. Y se aplica a todos los demás medios de comunicación importantes. Incluso los periodistas alfa tienen que mantener el rumbo, de lo contrario son eliminados.

La gente empieza a reconocer el engaño incesante de los "principales medios de comunicación" en todos los ámbitos. Porque detrás, como en los juegos de trileros, hay un sistema (fraudulento). Nuestros principales medios de comunicación están engañando a los ciudadanos para que la élite financiera pueda ganar mucho dinero. Esta es la impresión que he tenido miles de veces y que siempre se puede corroborar con ejemplos concretos de información manipuladora.

Tomemos como ejemplo las elecciones europeas de 2014. En los países de habla alemana, los políticos establecidos temían entonces a los nuevos partidos que pudieran suponer una amenaza para ellos en la UE en el futuro. Eso es indiscutible. ¿Y qué se hace en una situación así? Está claro: propaganda. ¿Y quién difunde la propaganda? Igual de claro: los principales medios de comunicación. Mientras todos los ciudadanos sabían que la UE estaba en las últimas financieramente y que los estados en bancarota de la UE sólo se mantenían artificialmente vivos mediante constantes transferencias de dinero, se construyeron aldeas Potemkin con el fuerte apoyo de los principales medios de comunicación poco antes de las elecciones de la UE. Por ejemplo -no, por favor, no se rían ahora- la financieramente completamente enferma Grecia fue inflada de la noche a la mañana en un nuevo oasis financiero con un futuro prometedor. El 10 de abril de 2014, ZEIT online publicó el titular: "Los inversores se pelean por los bonos griegos" (476) El mismo día, Die Welt afirmaba: "Tras la bancarota estatal, Grecia vuelve al mercado de capitales - y apenas puede satisfacer la demanda de bonos". (477) El FAZ hablaba en esos días del "regreso" de Atenas al mercado financiero. (478) Así es como se veían los titulares económicos unas seis semanas antes de las elecciones europeas. Sin embargo, era un gigantesco farol que era fácil de ver a través, una gran producción. ¿Por qué? ¿Y qué ocurría en el trasfondo? La canciller alemana Angela Merkel necesitaba noticias positivas. Organizó un viaje a Atenas con los griegos y, en un

momento en que los ahorradores alemanes recibían un mísero 0,1% de interés por sus ahorros, animó a los griegos a emitir un bono del Estado con un gigantesco 4,75% de interés. Grecia, que tiene más de 300.000 millones de euros de deuda, recaudó así a corto plazo en el mercado de capitales la friolera de 3.000 millones de euros. Ni siquiera una gota en el océano. Pero nuestros principales medios de comunicación se alegraron. Este teatro de desprestigio de una Grecia supuestamente sana pretendía quitar el viento de las velas de los euroescépticos poco antes de las elecciones de la UE. Angela Merkel fue celebrada con entusiasmo por los medios alemanes en Atenas. Todo fue una puesta en escena, transparente desde el principio hasta el previsible final. Pero funcionó: los euroescépticos no consiguieron el gigantesco aumento de votos en las elecciones de la UE en los países de habla alemana que tanto se temía en las filas de la política establecida. Y los contribuyentes alemanes, sobre todo, son ahora responsables de los intereses del 4,75 por ciento del teatro del desprestigio descrito anteriormente. Esta es una parte. La otra: Tres meses después de la acción tan frenéticamente celebrada por nuestros principales medios de comunicación, Grecia buscaba de nuevo compradores para otro bono del Estado. Los principales medios de comunicación alemanes guardaron silencio. En realidad, Grecia no había experimentado en absoluto una "remontada" en el mercado de capitales, sino exactamente lo contrario: en julio de 2014, Atenas se deshizo solo de la mitad de los bonos del Estado para los que buscaba urgentemente compradores. (479) Está claro que nuestros principales medios de comunicación guardaron silencio al respecto. Al fin y al cabo, las elecciones europeas y el espectáculo propagandístico ya habían terminado. Como lector, puede ver en este pequeño ejemplo cómo nuestros principales medios de comunicación manipulan, toman por tontos, mienten y engañan a los ciudadanos. Y luego, como contribuyentes, tienen que pagar por el daño causado. Nuestros principales medios de comunicación producen principalmente imágenes de estados de ánimo.

¿Quiere saber la verdad? En lo que respecta a los medios de comunicación, sí: el afán de reconocimiento y el celo misionero, así como la tendencia a la autodramatización, son el alma del trabajo periodístico. Y en las tertulias, los telediaros, las publicaciones de libros, los periódicos y la radio, todo sigue siempre el mismo patrón: unos cuantos maestros de la opinión publicada agitan deliberadamente un estado de ánimo. La verdad es completamente irrelevante.

Debo de haber aparecido varios cientos de veces en programas de televisión. Y aún recuerdo el 18 de abril de 2004, cuando participé como "experto en

seguridad" en el programa de entrevistas Sabine Christiansen, sentado junto al ex Ministro de Asuntos Exteriores Hans-Dietrich Genscher (FDP), el Comisario para la Ampliación de la UE Günter Verheugen (FDP), el Primer Ministro sajón Georg Milbradt (CDU), el Presidente eslovaco Rudolf Schuster y otros ilustres invitados. (480) El tema del programa fue la inminente gran ampliación de la UE hacia el Este: " Schicksalsfrage - Entscheidet Deutschlands Zukunft im Osten? . Y evidentemente me habían invitado para que pudieran masacrar ante la cámara a un espécimen de esos malvados alemanes mudos que extrañamente advertían contra la apertura de las fronteras a muchos estados amargamente pobres. En aquel momento predije que las barreras volverían a caer en unos años. A causa de la delincuencia, por ejemplo. Y entonces me ejecutaron en directo. El Berliner Tagesspiegel escribió tras el programa: "Al espectador se le mostró la matanza en directo del Dr. Ulfkotte. Y ahora puede hacerse una idea de cómo funcionan los comités políticos. Siempre sobre los débiles". (481) Mientras tanto, la situación ha cambiado. Aquellos a quienes debemos la manía de la UE y la criminalidad sin fronteras cada vez entienden menos el mundo. El 1 de mayo de 2004, la UE se amplió con diez nuevos Estados miembros.

Tres años después se añadieron dos más, Bulgaria y Rumanía. Los políticos sólo hacían hincapié en las posibilidades teóricas de la ampliación de la UE hacia el Este, los grandes riesgos se ocultaban por completo. Cualquiera que lo señalara era considerado (como yo) de "derechas". La realidad, sin embargo, no puede ocultarse ahora: La brecha de prosperidad entre los nuevos y los antiguos Estados miembros era y es considerable, los sistemas sociales de los nuevos Estados de la UE estaban y están en malas condiciones. La pobreza y la libertad de circulación condujeron a la delincuencia transfronteriza, de cuyo alcance no se informó a los ciudadanos en 2004. Yo había dicho todo esto en el programa de entrevistas de Sabine Christiansen en 2004. Y me masacraron. Por Genscher, por Verheugen y otros afines. Entonces, ¿cuándo vamos a "masacrar" por fin a los Genscher, los Verheugen, los Milbradt y todos los demás que nos metieron a los ciudadanos en este lío? ¿Eran demasiado estúpidos o demasiado incompetentes para prever esta evolución? ¿O incluso actuaron deliberadamente? Hoy viven de nuestros impuestos como si nada y quieren pasar a los libros de historia como grandes políticos.

Pongamos otro ejemplo: desde la década de 1990, ni una sola previsión de los economistas ha acertado a la hora de predecir una crisis económica. El economista del FMI Prakash Loungani lo ha demostrado año tras año desde la

década de 1990 hasta 2012. Los economistas siempre han errado infaliblemente en sus previsiones. (482) Es un hecho innegable. Y sin embargo, semana tras semana, nuestros medios de comunicación se afanan en publicar las previsiones de los investigadores económicos. El porcentaje de aciertos es entonces como repartir rifles a los ciegos en el concurso de tiro. Curiosamente, los economistas siempre aparecen en nuestros principales telediaros con las tonterías concentradas que suelen soltar.

Es desastroso para los ciudadanos que confíen en las previsiones de esos expertos y, por ejemplo, basen en ellas sus inversiones. En el pasado, esto era claramente visible en las previsiones sobre el precio del oro publicadas en los medios de comunicación. Veamos algunas de las previsiones para comprobar lo absurdo de las afirmaciones: Cuando el precio del oro se situaba en 1400 dólares por onza troy en diciembre de 2010, el renombrado economista estadounidense James Turk predijo en los medios de comunicación alemanes: "Pronto se pagarán 3500 dólares por una onza del metal precioso amarillo". Y el antiguo economista jefe del HypoVereinsbank, Martin Hüfner, dijo al mismo tiempo: "El precio del oro está cayendo de 1400 dólares por onza fina a 500 dólares. Hay pánico entre los propietarios de oro. Intentan vender sus tenencias del metal amarillo a toda costa". La realidad: el precio del oro subió de 1400 a 1800 dólares entre diciembre de 2010 y agosto de 2011. Ni una sola de las previsiones había sido correcta. Más bien, había intereses tangibles detrás de las previsiones. No tenían nada que ver con la verdad.

Pero los periodistas recogen una y otra vez esas tonterías. ¿Por qué? Nos manipulan, mienten y engañan. En mayo de 2014, la revista programática Hörzu buscaba a 100 hombres y mujeres para elegir a los mejores alemanes vivos para el nuevo programa de clasificación Deutschlands Beste de la ZDF. Los lectores podían enviar sugerencias a la redacción hasta el 24 de mayo de 2014. Decía: "Vosotros decidís quién gana, queridos lectores". Pero los lectores podrían haber tirado fácilmente sus cartas a la basura. Forssa, el instituto de sondeos, hacía tiempo que había determinado los 50 mejores alemanes para ZDF. Y ZDF también convocó una gran votación online. Ni los lectores de Hörzu ni los que participaron en la encuesta de ZDF determinaron el resultado. (483) Era una gran ilusión, era la simulación de la codeterminación de los lectores y espectadores. (484) Como lector o espectador, es fácil sentirse engañado. Porque la cadena pública ZDF colocó descarada y descaradamente a Angela Merkel en primer lugar, aunque no se la encontrara en absoluto en el favor de los telespectadores en los primeros puestos. Había nombres como Helene Fischer e Ina Müller entre

las mujeres. (485) Y en realidad, dos tercios de los alemanes estaban hartos de Angela Merkel, pero la encuesta sólo se publicó en Austria. (486) ¿Pero qué hicieron nuestros medios de calidad con el hecho de que sólo el 24 por ciento de los alemanes quieren que Angela Merkel siga siendo canciller unos años más? ¿Se sienten bien? El titular rezaba: " Una de cada cuatro personas quiere otros diez años de Merkel" . (487) Tres cuartas partes están en contra. Y nuestros medios hacen de ello una noticia positiva. Así funciona la desinformación en la era de la Gleichschaltung.

Hay cosas que los periodistas alemanes nunca escribirían. Pero son importantes si se quiere entender el mundo que hay ahí fuera. En 2009, por ejemplo, el ministro británico de Economía, Lord Mandelson, hizo la siguiente declaración para hacer comprensible a todos los ciudadanos la situación de crisis cada vez más precaria en el corazón de Europa: "¡Los bancos están jodidos, nosotros estamos jodidos, el país está jodido!" (488) No es necesario traducir estas palabras. No hay forma más clara de describir la situación de los ahorros de los ciudadanos, y lo dice un señor, un miembro del gobierno. En el mundo de habla alemana, la gente no quiere oír nada parecido en este momento. En Alemania se prefiere ver por todas partes la luz al final del túnel, aunque aún no se haya entrado en él. En Alemania, la propaganda la hacen los "medios de calidad" hasta el final. Nuestros mejores periodistas mienten por encargo cuando los políticos quieren. ¿Cree que esto es una teoría conspirativa? Pues hasta se puede demostrar.

El objetivo superior:

Amputación de la identidad alemana

Gran parte de los capítulos siguientes versarán sobre nuestros políticos, los medios de comunicación y el euro. ¿Por qué? La idea del euro se decidió - esto no es una teoría conspirativa y ya se ha mencionado - en una conferencia de Bilderberg. El Frankfurter Rundschau, que ciertamente no difunde teorías conspirativas, también informa entretanto: "Y según el presidente honorario del círculo, el empresario belga Étienne Davignon, el euro también se remonta a Bilderberg." (489) Como ya hemos visto, los círculos de élite como las conferencias de Bilderberg no son ciertamente instituciones democráticas, sino asociaciones de propaganda y de presión que persiguen intereses muy concretos. A saber, los de las altas finanzas proestadounidenses. ¿Cómo es posible que políticos -incluso Angela Merkel apareció en las reuniones de Bilderberg- y periodistas se dejen enjaezar por los Bilderbergers y otras organizaciones similares y hagan propaganda en favor de sus intereses? En las páginas siguientes exploraremos qué medios de comunicación han hecho propaganda a favor del euro e incluso han seguido la llamada de los políticos a mentir.

¿Sabías que había un objetivo superior que los políticos asociaban a la introducción del euro? Los Estados nación y el pensamiento en Estados nación debían ser aplastados, especialmente el pensamiento de los alemanes. El político del SPD Olaf Schwencke nos lo explicó antes de la introducción del euro: Con la introducción del euro, la UE se convertiría en el futuro en el mayor mercado financiero y de capitales del mundo. Esto tendría consecuencias culturales. Schwencke dijo que si las monedas nacionales dejaran de existir, el Estado nación habría llegado efectivamente a su fin. Schwencke dijo: "Su propiedad material más importante, la política monetaria como núcleo de la soberanía estatal, quedará así abandonada y la comunidad jurídica y económica europea asumirá su función. La diversidad de las expresiones culturales en Europa podría ser eliminada en una Cultura Mundial comercial cada vez más poderosa - también llamada " Mundo Mac ". (490)

En lenguaje llano: se trataba y se trata de la destrucción de nuestra identidad cultural y nacional. Hoy, los que nos aplastan con los siempre nuevos y gigantescos costes de la Unión Monetaria del Euro quieren afirmar que nada de esto podía preverse en el pasado. Los mentirosos esperan que los ciudadanos

olviden. Pero fueron muchos los que les advirtieron. Pero los opositores fueron ridiculizados en su momento. Olvidadas y borradas de nuestra memoria están las grandes iniciativas nacionales de los años 90 como "Sí al DM - No al Euro = ¡Teuro! Europa sí, ¡pero Euro no!" y "¿Quién detendrá la locura del Euro?". Olvidadas están las demandas contra el euro presentadas por los numerosos críticos del euro ante el Tribunal Constitucional Federal en los años noventa. Los medios de comunicación y los políticos calificaron despectivamente a los detractores del euro de "mequetrefes" y "alarmismos". ¿Y qué respondieron los euroescépticos como los profesores Wilhelm Hankel, Wilhelm Nölling, Karl Albrecht Schachtschneider y Joachim Starbatty a tales ataques ya en febrero de 1998 en su libro Die Euro-Klage - Warum die Währungsunion scheitern muss? Escribieron: "Quien no ve los peligros reales que acechan o los trivializa no es un político responsable; quien señala los peligros reales que acechan no es un alarmista ni un populista, sino un realista". ¿Recuerdan cómo llamaban a menudo los políticos y los medios de comunicación a los cuatro catedráticos en los años noventa? - Banda de los Cuatro" (491), "Representantes autoproclamados del pueblo" o "ancianos antieuro" (492). En 1998, el editor de Zeit Theo Sommer, bilderberger y miembro de una red de lobbies, escribió sobre los críticos del euro bajo el titular "Der gute Tausch - gerade Deutschland braucht den Euro" ("El buen canje - Alemania necesita el euro"): "Ahora despotrican enérgicamente: profesores, políticos, pseudoprofetos. (...)" . Theo Sommer continúa escribiendo: " Por último, la afirmación de que (...) los elevados pagos de transferencias se deberían a países más débiles - pagos de transferencias alemanes, recordemos - no está probada ni es demostrable. Ay, si a Theo Sommer se le pudiera dar carta por carta con sus tonterías de entonces. En el artículo, Sommer llamó a los demandantes del euro del calibre de los profesores Hankel y Schachtschneider la "enseña de los cuatro erguidos" (también conocidos como la banda de los cuatro) que se tambaleó hasta Karlsruhe sobre piernas legalmente débiles para impedir la nueva moneda". (493) ¿Qué se siente al ser denigrado como "pseudoprofeta"? ¿Se han disculpado alguna vez Zeit, el ahora condenado por evasión fiscal Theo Sommer u otros Bilderbergers que tanto querían el euro contra la voluntad del pueblo por las tonterías que soltaron en su momento? No.

La hora de los cuentos de Merkel:

Cómo miente el Gobierno Federal a la población

La Canciller ha pedido abiertamente a los medios de comunicación alemanes que no informen verazmente a la población sobre la crisis del euro y el inminente crack financiero. Esto es indiscutible y ahora incluso ha sido mencionado de pasada por los "medios de calidad". Sin embargo, una generación futura nos preguntará algún día por qué la población ha aguantado y tolerado todo esto durante tanto tiempo. A continuación le ofrecemos algunos datos que debería transmitir a sus amigos y conocidos. Entonces quizá actúen con sensatez, ¡y mejor retiren su dinero del banco una y otra vez por pura precaución! O se encontrarán entre los estúpidos que creyeron al Canciller y tal vez perdieron mucho o incluso todo.

Es indiscutible que la Canciller ha pedido abiertamente a los medios del sistema alemán que mientan para ocultar la verdadera situación. Supuestamente en interés del Estado. Para evitar el pánico. Pero la verdad siempre sale a la luz en algún momento. A veces antes, a veces después. Es poco probable que a la canciller Angela Merkel (CDU) le alegre que se haya conocido un episodio bastante desagradable de su vida como jefa suprema de la política alemana: Hace tiempo que pidió a los redactores jefe más importantes de Alemania que dejaran de informar con veracidad sobre la situación del país. El 8 de octubre de 2008, un miércoles soleado de otoño, había invitado a los más importantes representantes de los medios de comunicación y directores editoriales a una reunión vespertina. Tres días antes, la Canciller había afirmado descaradamente ante las cámaras de televisión: "Decimos a los ahorradores que sus depósitos están seguros. El gobierno federal también lo defiende". Pero en realidad, la situación de los ahorros de los ciudadanos alemanes era y es cualquier cosa menos segura. Y por eso los periodistas y los ejecutivos editoriales deben difundir la falsedad en los medios de comunicación alemanes en nombre de nuestra Canciller.

Merkel dijo a los periodistas de los "medios de calidad" que marchaban frente a ella que los medios de comunicación alemanes tenían un "papel importante" en la crisis económica y financiera. Y por razones de razón de Estado, los ciudadanos no deben conocer toda la verdad sobre el calamitoso estado de las finanzas públicas y el desarrollo de la crisis económica. Los medios de comunicación deben mantener un perfil bajo, prefiriendo difundir noticias

positivas entre la gente. Angela Merkel instó a los periodistas a ser prudentes a la hora de informar sobre la situación real. De lo contrario, el país podría salirse de control. Ahora está en manos de los periodistas evitar el pánico. El llamamiento a distraer de la realidad era claro. Die Zeit (494), el Süddeutsche y el taz han informado muy poco al margen de esta reunión y del llamamiento a distraer a la población de la realidad.

Die Zeit comenzaba su artículo con estas palabras:

El 8 de octubre de 2008, la crisis era aún joven, casi se diría que inocente. Aquel miércoles por la noche, la Canciller y su Ministro de Hacienda invitaron a la Cancillería a los directores de los periódicos más importantes para transmitirles un mensaje. El mensaje era: No sabemos exactamente lo que ocurrirá dentro de dos o tres semanas, pero nos gustaría pedirles su confianza y, sobre todo, que no creen mal ambiente, porque la situación es demasiado grave para eso. (495)

Y en otro periódico leemos:

Unos meses antes, el 8 de octubre de 2008, se había producido una extraña reunión que conviene mencionar en este contexto. Ese día, el Canciller había invitado a los redactores jefe de los medios de comunicación más importantes. Era el momento en que estalló la gran crisis financiera. No se publicó ningún informe detallado sobre esta reunión y en los archivos sólo hay unas pocas menciones a ella, sólo de vez en cuando una frase incidental, un breve comentario. En un momento dado, se lee en escuetas palabras de qué se trató aquella tarde en la Cancillería: Merkel pidió a los periodistas que informaran sobre la crisis con moderación y que no sembraran el pánico.

Cumplieron, los redactores jefe. En febrero de 2009, cuatro meses después, el taz seguía preguntándose por los medios de comunicación: "Mantienen contentos a los ciudadanos, para que se callen. Cuánto dinero se ha inyectado ya en los bancos, cuántos miles de millones en garantías se han dado (y cuántos "sueldos" mensuales de Hartz IV, es decir) tampoco sale en los periódicos. El Süddeutsche del 15 de enero, por ejemplo, oculta el anuncio de que Hypo Real Estate necesita miles de millones en efectivo y garantías por cuarta vez en cuatro meses bajo el titular "Cuando Steinbrück llama a la puerta". El Bild-Zeitung, por cierto, incluso recibió un premio por informar de forma tan "responsable". Un premio otorgado por periodistas. (496)

Angela Merkel, una secretaria de propaganda formada en la RDA, no hizo más que alinear a los principales medios de comunicación alemanes en esta reunión (8 de octubre de 2008) y en otras similares. La Gleichschaltung de la prensa alemana ha sido confirmada (véanse los comentarios anteriores) por algunos testigos contemporáneos independientes. Si aún hubiera existido una prensa libre e independiente, la república habría protestado. Como un autócrata ruso, Merkel había convocado a los jefes del periodismo alemán y les había hecho jurar una línea común. Algo parecido suele ocurrir en las repúblicas bananeras, cuando los golpistas ocupan las emisoras de radio para hacer llegar SU verdad al pueblo. Sin embargo, en lugar de una protesta de los periodistas alemanes, sólo hubo silencio e informes conformes con el gobierno.

El ex redactor jefe de la ZDF (2000 a marzo de 2010) Nikolaus Brender es uno de los pocos que se han pronunciado claramente sobre esta evolución. También habla de un sistema de informadores en las filas de los medios públicos como en los tiempos de la Stasi. Poco antes del final de su mandato, Brender habló de "empleados no oficiales" de los partidos en la ZDF, "realmente comparables al MI de la RDA". Había surgido una "red finamente hilada de dependencias", "de la que podían derivarse oportunidades profesionales, pero también obligaciones". Él mismo había "intentado mantener a esos espías al menos alejados de puestos con verdadera responsabilidad". (498) Anteriormente, una mayoría de la CDU/CSU en el consejo de administración de la ZDF había impedido que se renovara el contrato de Brender porque no quería bailar al son de la canciller.

Peter Voß vio la situación de forma similar en lo que respecta a la influencia de los partidos en las emisoras públicas y, por ello, dimitió de la CDU en 2009 después de 35 años. (499) Klaus Bresser, fundador de heute-journal y predecesor de Nikolaus Brender como redactor jefe de la ZDF, también ha perdido las ilusiones sobre la absoluta independencia de los periodistas en la ZDF hoy en día.

Pocos periodistas tienen tanta columna vertebral como Brender - y se resistieron a los abrazos de las filas de la política. Algunos "periodistas de calidad" no tienen el menor reparo en cambiar de bando de la radiotelevisión pública a la política - y, por ejemplo, escupir eslóganes detergentes de la política. Steffen Seibert, que lleva en la ZDF desde 1989 y fue presentador del "heute Nachrichten" de 2003 a 2010, se convirtió en portavoz del Gobierno y jefe de la Oficina de Prensa e Información del Gobierno Federal con el rango de funcionario Secretario de Estado (500) , en lenguaje llano: Seibert es el ejecutivo del Ministerio de Propaganda del Estado. De ello se desprende lo

intercambiables que son los sistemas y lo próximos que están. El Süddeutsche escribió:

En el caso del portavoz del Gobierno que se traslada a la radiotelevisión pública, un periodista de alto nivel pasa de la radiotelevisión pública al despacho del portavoz. Los sistemas se intercambian. [\(501\)](#)

La batalla de las mentiras:

La propaganda de Sabine Christiansen y Ulrich Wickert

Veamos más de cerca la influencia generalizada. Tomemos el euro como ejemplo. La mayoría de los alemanes ciertamente no querían el euro. Pero lo que no encajaba, la política quiso hacerlo encajar con publicidad. La campaña de información, financiada con cargo al presupuesto de la Oficina de Prensa y Relaciones Públicas del Gobierno Federal para adoctrinar a las masas con el euro, costó nueve millones de euros (17,6 millones de marcos alemanes). En lenguaje llano: el contribuyente tuvo que pagar su propio lavado de cerebro. Y dos veces: una a través de los impuestos. Y una segunda vez a través de las tasas obligatorias GEZ. La campaña publicitaria comenzó en el año 2000 y debía acompañar en cinco fases el espolonazo final del euro hasta la introducción del efectivo el 1 de enero de 2002. El objetivo no era en absoluto educar al público. El objetivo principal era suscitar entre los alemanes "emociones positivas" hacia la nueva moneda. Los fondos se distribuyeron de la siguiente manera 7 millones de euros para campañas de publicidad y relaciones públicas (anuncios, cuñas de TV, carteles), 750.000 euros para cooperación en relaciones públicas con organizaciones no gubernamentales y los Estados federados y, por último, 1,2 millones de euros para campañas permanentes (centro de servicios, carpa del euro, distribución). En la primera fase publicitaria se realizaron campañas de anuncios puros. En la segunda fase, se lanzaron anuncios protagonizados por personalidades públicas. En la tercera fase se presentaron personalidades de distintos sectores de la sociedad que abogaban por el euro. Y en la cuarta fase, en el verano/otoño de 2001, tanto personas no famosas como famosas se pronunciaron a favor del euro en anuncios. Por ejemplo, hubo anuncios a toda página con Berti Vogts, entonces entrenador de la selección alemana de fútbol. Los anuncios decían en negrita: "El euro es un pasaporte para el próximo siglo". Decía algo así como: "Alemania debe jugar en el primer grupo económico de la Europa de los equipos. Con el euro triunfaremos en la competencia mundial. La moneda común europea es la mejor cobertura contra los riesgos de las fluctuaciones monetarias. La economía alemana, fuerte en exportaciones, debe estar preparada para los retos del próximo siglo. Tenemos que trabajar duro para aprovechar nuestras oportunidades, tanto en el fútbol como en el euro. Sólo triunfará quien aproveche las oportunidades". Los críticos del euro fueron

sistemáticamente marginados en el curso de esta campaña, si es que se les permitía hablar. Desde principios de 1998, la CDU imprimió y distribuyó un folleto de propaganda titulado "Euro: La moneda para un futuro seguro" . En él se tomaba el pelo a la población. Con mentiras y patrañas, se pretendía convencer al pueblo alemán de que el marco alemán representaría en el futuro el desempleo masivo y el desmantelamiento de la industria, pero que el euro representaría una vida fácil y de abundancia.

Al parecer, el dinero no desempeñó ningún papel en la batalla propagandística a favor del euro por parte del Gobierno federal en aquel momento. ¿Cómo interpretar si no este comunicado de prensa del 5 de junio de 2000?

La Aktionsgemeinschaft Euro, compuesta por la Oficina Federal de Prensa, la Comisión de la UE y el Parlamento de la UE, ha encargado a Publicis de Francfort la realización de la campaña de información sobre el euro en Alemania. (...) La campaña en favor de la nueva moneda cuenta con un presupuesto de 28 millones de marcos para los años 2000 y 2001. Además del presupuesto del Banco Central Europeo, gestionado por Publicis PR en Berlín, el grupo Publicis cuenta con otro presupuesto para la introducción del euro. (502)

El 18 de junio de 2001, el Gobierno Federal anunció entonces: "La Aktionsgemeinschaft Euro, en la que la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y el Gobierno Federal colaboran para la introducción de la nueva moneda europea en efectivo, lanza (...) una primera oleada de anuncios televisivos para la introducción del euro en efectivo. Al igual que antes en anuncios de periódicos y revistas, así como en grandes vallas publicitarias, cuatro personalidades aparecerán gratuitamente como embajadores del euro: Sabine Christiansen, Richard von Weizsäcker, Helmut Schmidt y Ulrich Wickert. La Aktionsgemeinschaft Euro aportará más de tres millones de marcos para los anuncios televisivos durante estos dos meses. Como todas las actividades de relaciones públicas y publicidad en el marco de la Campaña de Información sobre el Euro, la mitad se financiará con cargo al presupuesto de la Oficina de Prensa e Información del Gobierno Federal y la otra mitad con fondos de la Comisión Europea. Ulrich Wickert será el primero en "salir al aire" a favor del euro. Le seguirán en orden Christiansen, von Weizsäcker y Schmidt." (503)

El ex Canciller Helmut Schmidt llamó la atención en su momento con unas declaraciones bastante embarazosas sobre el euro. En cualquier caso, demostraron que podía tener idea de muchas cosas, pero desde luego no de

divisas. Schmidt dijo: "La estabilidad del euro frente a otras monedas importantes será mayor que la del marco alemán. Esto se debe al mayor volumen de la nueva moneda". Peter Odendahl, entonces Director General de Aurecon Vermögensberatung GmbH, replicó: "Los altos cargos políticos alemanes opinan que la mayor zona monetaria hará que el euro sea más duro que el marco alemán en la actualidad. Pues bien -si estos políticos opinan que el tamaño de un espacio es un criterio de dureza- Rusia es más de doscientas veces mayor que Suiza. Así que sería interesante investigar si en el futuro estos señores preferirán invertir sus ahorros en rublos antes que en francos suizos." Con esto, Helmut Schmidt fue derrotado públicamente. Helmut Schmidt difundió muchas tonterías sobre el euro, escribiendo por ejemplo el 29 de junio de 1997 en el Welt am Sonntag: " El euro será - probablemente cierto - una moneda fuerte, y una moneda cuyo valor exterior no podrá ser manipulado fácilmente ni por los especuladores de los mercados financieros ni por las decisiones políticas de Washington o Tokio" .
(504)

Pero veamos más de cerca a otros dos anunciantes del euro: ¿Se permitió a Ulrich Wickert y Sabine Christiansen prostituirse por el euro en una campaña publicitaria? La campaña con la que los políticos promocionaron el euro en carteles, anuncios y a través de la televisión fue, cuando menos, de dudosa reputación. Si no ilegal. Pues en aquella época, el Tratado Interestatal de Radiodifusión prohibía que en los anuncios de televisión aparecieran "personas que presenten habitualmente programas informativos o de actualidad política". El experto en derecho de los medios de comunicación Christoph Degenhart, de la Universidad de Leipzig, consideró que las películas de famosos eran "problemáticas" porque se aprovechaba "deliberadamente" la autoridad pública de los periodistas de la ARD con fines de propaganda política.(505)

Sabine Christiansen, presentadora nacida en 1957, explicaba en agosto de 2001 por qué se prostituía por el euro: "Las perspectivas del euro son buenas. Aunque actualmente se esté debilitando, los expertos le reconocen un gran potencial para llegar a ser más estable que el marco." (506) Y añadió: "Los círculos financieros me piden una y otra vez que haga más programas sobre el tema del euro, pero desgraciadamente muchos directores generales de bancos o grandes empresas no quieren estar disponibles como invitados". Cuando los "círculos financieros" se lo piden, personas como Christiansen están obviamente encantadas de complacerles". Sin embargo, Sabine Christiansen no ha podido disfrutar del euro durante mucho tiempo. Ya el 30 de noviembre de 2003, el tema de su programa de entrevistas fue: "¿Alemania en bancarrota? ¿El euro en peligro? . En el

programa, el abogado constitucionalista Hans Herbert von Arnim dijo sobre el desarrollo del euro: "En mi opinión, esto es la super gau. Was hier passiert, ist absolut fatal. Es la confianza lo que ahora se está jugando, y en el ámbito nacional también. Hemos sacrificado objetivos a largo plazo en aras de la política a corto plazo".

Si se examinan detenidamente las emisiones de Sabine Christiansen en los archivos, hasta la persona más bienintencionada se dará cuenta de hasta qué punto se utilizó indebidamente este programa de servicio público para la propaganda europea. Ni siquiera es necesario ver los programas completos. Basta con ver los hechos: El euroescéptico (y eurodemandante) profesor Hankel fue primero invitado y luego desinvitado del primer programa de Sabine Christiansen el 4 de enero de 1998. Mientras que los editores alegaron "razones conceptuales" y ofrecieron una tasa de cancelación de 500 euros, Hankel sospecha de una intervención de Wolfgang Schäuble. ARD lo niega. [\(507\)](#)

En otros programas, sin embargo, basta con echar un vistazo a la lista de invitados, evidentemente desequilibrada, para hacerse una idea. Si se tiene en cuenta que la presentadora era una de las declaradas propagandistas del euro, el panorama se aclara aún más. En septiembre de 2001, Christiansen emitió su programa de entrevistas bajo el lema: " ¡Deutschmark Ade! ¿El euro duele?" . El pionero del euro Theo Waigel, el propagandista del euro contratado por el gobierno Ulrich Wickert, el defensor del euro Hans Eichel y el autor de eurocríticas Horst Ehmke no dieron ninguna oportunidad a los críticos del euro. No fue diferente en el programa "Fin de una época - ¡Adiós, marco alemán!" en diciembre de 2001, cuando Sabine Christiansen estuvo acompañada por el defensor del euro Hans Eichel, el campeón del euro Egon Bahr (" ... la oportunidad históricamente única de realizar una Europa unida sin guerra") y, en representación del defensor del euro y ex Canciller Helmut Kohl, su mano derecha Lothar de Maizière. El actor Heinz Schenk se permitió encarnar al retrógrado euroescéptico alemán Michel. La importancia del programa de entrevistas de Sabine Christiansen para influir en la población fue subrayada por el político de la CDU y líder del grupo parlamentario CDU/CSU, Friedrich Merz, el 29 de junio de 2003, durante la emisión 250 de Sabine Christiansen: "Creo que en primer lugar debemos felicitarla por este programa. Este programa determina ahora la agenda política en Alemania más que el Bundestag alemán". [\(508\)](#)

El FAZ escribió en una ocasión sobre Sabine Christiansen: "Con el paso de los años se hizo inconfundible que Christiansen perdió de vista al resto del mundo con su parlamento sustituto. (...) Ser medido por las propias palabras, más aún

por los propios hechos, enfrentarse a las consecuencias para los demás - tal cosa no sucede con Christiansen". (509) Sólo era alguien que decía a los peces gordos lo que querían oír. Era una herramienta de los poderosos. ARD gastaba casi diez millones de euros al año en el panóptico de la azafata amaestrada, unos 200.000 euros por programa. La revista de glamour Park Avenue escribió una vez en un retrato de Sabine Christiansen: "Con preguntas superficiales, Sabine Christiansen se convirtió en una de las mujeres más poderosas de Alemania. Su programa de entrevistas es el barómetro del estado de ánimo político del país". (510) Puede que realmente fuera un barómetro del estado de ánimo político, pero desde luego no del estado de ánimo de la población. Los ciudadanos medios que anhelaban el retorno del marco alemán la buscaban casi en vano. Por otra parte, fue más descarada que casi nadie: según los medios de comunicación, cobró 30.000 euros por aparecer como oradora bajo el logotipo de una empresa. (511) En comparación, el ex ministro de Trabajo Norbert Blüm complementa su pensión con 15.000 euros por conferencia. Según los medios de comunicación, esta es también la tarifa de Ulrich Wickert, el ex presentador del Tagesthemen (512) que, junto con Sabine Christiansen, abogó por el abandono del marco alemán en las vallas publicitarias antes de la introducción del euro.

Era precisamente esta mujer la que se suponía que iba a quitar el viento de las velas de los críticos del euro y hacer que el desagradable euro fuera aceptable para los ciudadanos. El 7 de mayo de 2001, Focus escribía: "Ahora les toca a los famosos. La presentadora de ARD Sabine Christiansen, su colega Ulrich Wickert, el ex Presidente Federal Richard von Weizsäcker y el ex Canciller Helmut Schmidt: los cuatro sonríen a favor del nuevo euro desde el pasado martes. En 4.000 carteles y en innumerables anuncios, el cuarteto explica a los alemanes por qué deberían tomarse por fin en serio la nueva y poco querida moneda. Un lema de la multimillonaria campaña de simpatía: "El euro - nuestro futuro". "(513) Me pregunto si esta increíble campaña de propaganda avergüenza hoy a la Sra. Christiansen y a Ulrich Wickert.

Se puede reconocer a un buen periodista por el hecho de que no se hace mezquino con una causa, ni siquiera con una buena causa. Este principio periodístico fue -como ya se ha dicho- acuñado en su día por el presentador de Tagesthemen Hanns Joachim Friedrichs. Su sucesor Ulrich Wickert (está casado con Julia Jäkel, presidenta del consejo de administración de Gruner + Jahr) se puso debidamente manos a la obra en 2001: la introducción del euro. En 2011, la presentadora de la NDR y ex presentadora de Tagesschau, Eva Herman, publicó

un revelador artículo sobre Ulrich Wickert y su compromiso con el euro, que reza (514):

En anuncios de televisión, periódicos y carteles, el periodista político Ulrich Wickert anunciaba la introducción del euro con expresión confiada; otras veces mordía una moneda de euro para señalar la futura "moneda fuerte".

Pero a millones de personas en el país les dolía el estómago de forma cada vez más violenta: querían conservar su estable marco alemán. Sin embargo, Wickert, el principal testimonio elegido junto a Sabine Christiansen, Günther Jauch, Helmut Schmidt y Richard von Weizsäcker, hizo a un lado las preocupaciones. En los anuncios, pero también en numerosas entrevistas, insistió constantemente en las supuestas ventajas del euro: lo estupendo que sería no tener que cambiar dinero antes de irse de vacaciones, lo inmensas que serían las ventajas económicas del euro (este punto, sin embargo, apenas fue explicado o elaborado adecuadamente por el periodista televisivo) y que sólo podía ser beneficioso que "nosotros" hubiéramos renunciado por fin al mito fundacional del marco alemán.

No, a estas alturas a más tardar, una gran parte del pueblo alemán - a pesar de toda su simpatía - ya no podía seguir al Sr. Wickert. Así lo confirma también un estudio de la Universidad de Hamburgo sobre la "Influencia y efecto de la publicidad del euro en el espectador" (515) : de ocho personas de prueba, seis conocían los anuncios sobre el euro con Wickert, y cuando se les preguntó qué se les pasaba por la cabeza al ver el anuncio, los entrevistados coincidieron en algunos puntos, como la mención de la seriedad, la inteligencia, la simpatía y la asociación con "Tagesthemen". Pero, al parecer, esto no sirvió de mucho. Por ello, el estudio afirma: "A todos los entrevistados casi sólo se les ocurrieron puntos negativos en relación con el término EURO: escepticismo, inseguridad, subida de precios, engaño en el cumplimiento de los criterios de la unidad monetaria. Cuando se les preguntó qué pensaban del cambio de moneda, respondieron igual de negativamente y se repitieron en sus afirmaciones.

A pesar de toda la simpatía que despertaba el profesional de Tagesthemen, Wickert, el golpe de Estado planeado fracasó ya entonces: la gente se dio cuenta de que algo estaba podrido en todo el asunto. Sin embargo, esto no pareció disuadir a los numerosos políticos financieros pro-euro de sus planes. Habían buscado una figura pública adecuada y encontraron el premio gordo: Wickert parecía simpático, y servía como una especie de puente entre la política y los

ciudadanos, entre arriba y abajo, entre Francia y Alemania. Porque lo que querían endilgar a los ciudadanos del país no era, desde luego, poca cosa: La economía alemana iba relativamente bien en aquel momento, a pesar de la joven historia de la reunificación, el marco alemán estable lo había hecho posible, y esto era reconocido en todo el mundo. El marco alemán se había convertido prácticamente en la moneda deseada por muchos países del mundo en términos de estabilidad, fiabilidad y sostenibilidad. Sin embargo, este marco alemán iba a desaparecer con el euro, sin ruido y para siempre. Las dudas sobre este plan estaban más que justificadas.

Hacía tiempo que Wickert se había consolidado como presentador de Tagesthemen y como hombre del tiempo simpático y divertido. Había escrito libros inteligentes sobre la moralidad y la decencia, y sobre el quid de la vida, que todas aquellas personas que quieren seguir siendo auténticas y honestas a pesar de las tentaciones materiales son siempre los estúpidos al final. Palabras ciertas. Wickert había filosofado sobre la pérdida de valores en más de 270 páginas: Ahora, como presentador de Alemania en la Eurocopa, a él mismo le han afeitado sin piedad el mayor valor material de Alemania, el marco alemán.

Sí, en aquel momento, hace diez años, Ulrich Wickert era exactamente la super celebridad adecuada para el euro. Era cosmopolita, sabía moverse por el extranjero, había conocido las diferentes mentalidades de los países, sus monedas y sus gentes. Como corresponsal de la radiotelevisión pública alemana ARD, había informado durante años desde Washington, pero sobre todo desde Francia, el país iniciador del euro.

En ese momento, el ciudadano interesado se enteró de repente de muchas cosas sobre la vida internacional de Wickert: el pequeño Ulrich nació en la lejana Tokio, y su padre Erwin, un respetado diplomático, trabajó allí durante mucho tiempo como agregado de radio en la embajada alemana. Wickert también pudo demostrar que ya había vivido en París de escolar, donde la familia pasó varios años debido al compromiso de su padre con la misión alemana de la OTAN. En los años sesenta, Ulrich Wickert estudió Ciencias Políticas y Derecho en Bonn, que entonces todavía era política, y pasó varios años becado en Connecticut (Estados Unidos). A finales de los sesenta, comenzó su labor periodística en la WDR de Colonia. Una celebridad perfecta para la introducción del euro.

Wickert aceptó de buen grado. Sólo cabe especular por qué no tuvo reparos éticos o morales al respecto. O realmente creía en el éxito del euro sin reconocer las intrigas políticas que había detrás de la trascendental decisión, lo cual es difícilmente concebible. Entonces habría que acusarle de ingenuidad. Sin embargo, tal vez su empleador, el Norddeutscher Rundfunk, público y políticamente correcto, también tuviera la culpa de su sí, porque la emisora fue igual de entregada y prestó a su empleado fijo para la amplia campaña publicitaria, que en realidad estaba prohibida según el Tratado de Radiodifusión Estatal.

Desde la perspectiva actual, uno se pregunta de todos modos cómo pudo ser posible todo esto, qué pasó en la gran euforia del euro. Aparte del hecho de que casi todos los medios de comunicación informaron de forma euroconformista y a menudo difamaron y silenciaron a los eurocríticos de la primera hora, surge la pregunta fundamental: ¿No debería una emisora de ARD pagada por cuotas tratar decisiones políticas tan claras de forma mucho más crítica? ¿Realmente se permitió a la NDR regalar su mejor caballo en el establo para una acción económica y monetaria europea tan trascendental y que cambia la vida? ¿O es que la aún más poderosa Westdeutscher Rundfunk, donde Wickert ganó en su día sus primeros espolones periodísticos y donde el periodista había trabajado también durante muchos años como corresponsal en Francia, cubría los planes? ¿O incluso estaba la WDR detrás del acuerdo publicitario?

En 1988, un comité elaboró el llamado "Informe Delors" sobre el establecimiento de la moneda, llamado así por el entonces Presidente francés de la Comisión de la CE, Jacques Delors, que finalmente condujo a la creación de la Unión Económica y Monetaria Europea en tres etapas. Alemania, dirigida por el Canciller de la CDU Helmut Kohl, se resistió inicialmente: en el curso de la deseada reunificación del Este y el Oeste, los habitantes de Bonn sabían entonces lo que le esperaba al país. Pero Francia se mantuvo firme: se dice que el Presidente François Mitterand condicionó su apoyo a la reunificación a la introducción del euro. Los observadores no se cansan de repetir que Alemania recuperó su antigua fuerza tras la reunificación, lo que no interesaba a casi nadie en Europa. Al retirar el fuerte marco alemán, este problema, que no estaba exento de peligros, se resolvió rápidamente. ¡Y Ulrich Wickert justo en medio de ello!

Sólo se puede especular sobre el tamaño de los círculos cuando se tomó la decisión de enganchar a Wickert al carro. Wickert, francófono y francófilo, era el puente europeo entre Alemania y Francia. El público se enteró, como por casualidad, de lo bien que Wickert conocía la Provenza, los quesos franceses y los vinos tintos, no: nadie podía engañarle.

Por supuesto, su papel como presentador serio del Tagesthemen también ayudó: hasta el día de hoy, cuando por la noche suenan las fanfarrias del Tagesschau y el Tagesthemen y se presentan las noticias del día, casi parece el anuncio del gobierno federal. Sólo en los últimos tiempos ha crecido entre los ciudadanos el malestar y las dudas sobre la selección y la valoración editorial de las noticias. Pero en aquella época, la publicidad de la introducción del euro recibió un sello adicional altamente oficial. Alguien como Tagesthemen-Wickert, ¿no podía estar equivocado! ¿O sí?

El nuevo libro de Wickert se publicó en septiembre de 2011. El título: Redet Geld, schweigt die Welt. La editorial Hoffmann und Campe escribió en el preanuncio sobre el contenido: "¿Es la mera codicia lo que hace que la gente mienta, engañe y tergiverse? ¿Por eso se ha producido la mayor crisis financiera desde la Segunda Guerra Mundial? ¿Se condena con razón a los banqueros como sinvergüenzas? Ulrich Wickert llama a los culpables por su nombre y exige que asuman por fin su responsabilidad y actúen". Pero, ¿qué pasa con el propio Ulrich Wickert? ¿Con su responsabilidad? ¿Por qué no se nombra a sí mismo y a Sabine Christiansen como cómplices? Después de todo, fueron grandes partidarios de la euromanía. ¿Lo ha olvidado hoy? El hombre que promovió el euro, que sin duda benefició a la economía pero no a los ciudadanos de a pie, escribió descaradamente un libro en 2011 titulado: Redet Geld, schweigt die Welt. Y los actos con Wickert se anunciaban con la frase: "Debemos aprender que en todas partes del mundo, también en la economía, solo tendrán éxito a largo plazo quienes conozcan los valores éticos y basen en ellos sus acciones", advierte Ulrich Wickert. (516) La asociación de protección de los inversores Schutzvereinigung für Anleger e. V. publicó el 23 de agosto de 2011 un comunicado de prensa que no fue precisamente agradable para Wickert, el hombre limpio:

"Por la presente pedimos al antiguo presentador de Tagesthemen y autor de libros Ulrich Wickert que rescinda su contrato publicitario con el grupo financiero cooperativo". Así lo ha declarado hoy en Bremen Angelika Jackwerth,

directora gerente de la Schutzvereinigung für Anleger (SfA). Para los inversores suena a burla cuando se cita a Wickert en los anuncios actuales del grupo, al que pertenecen el DZ Bank y el Volks- und Raiffeisenbanken, con las siguientes palabras: "Lo que no puede hacer uno solo, pueden hacerlo muchos". Wickert tiene razón, porque alrededor de 1.000 Volks- und Raiffeisenbanken recomendaron fondos DG a sus clientes en los años noventa. Los 15.000 inversores invirtieron entonces más de 500 millones de euros en estos fondos inmobiliarios cerrados. Pero ahora (...) los inversores se enfrentan a una pérdida total y para muchos de ellos su previsión para la vejez ya no es segura. (...) Wickert no puede representar seriamente a unos bancos cooperativos que han tomado por tontos a sus clientes.

Sí, Wickert podía. Wickert también había tomado por tontos a los alemanes en el tema del euro. Y luego se puso del lado de los bancos que habían tomado por tontos a sus clientes. Si hizo todo esto una y otra vez por estupidez, negligencia o deliberadamente es completamente irrelevante desde el punto de vista de un ciudadano medio. Al fin y al cabo, a veces cobraba dinero por ello. Cuál es el título de otro de sus libros: Si el dinero habla, el mundo calla. Y Wickert sigue trabajando para el sector financiero. En una página del banco se dice: "El 10 de diciembre de 2012 comenzará la campaña " Wickert cumple para la que la agencia Heimat, de Berlín, produjo una serie de anuncios en un formato inusual por encargo del grupo financiero cooperativo Volksbanken Raiffeisenbanken. Ulrich Wickert, que ya representó los valores del grupo bancario organizado cooperativamente como embajador de la marca en 2011, se reúne ahora con Bill Kaulitz, Andrea Petkovic y Hannes Jaenicke." (518) Con la mano en el corazón: ¿Seguirías confiando en Ulrich Wickert, que entonces promovió sin escrúpulos el adiós al estable marco alemán? Tal vez fuera el conflicto padre-hijo lo que llevó a Wickert a convencer a los alemanes para que aceptaran el pésimo euro. El padre de Wickert estaba del lado de los opositores al euro, trató de impedirlo. Y el padre de Wickert estaba del lado del profesor Karl-Albrecht Schachtschneider.

Existe una entrevista ya legendaria entre el euroescéptico de la primera hora, el catedrático de derecho constitucional Karl Albrecht Schachtschneider (compañero íntimo de Nölling y Hankel), y el presentador de Tagesthemen - Ulrich Wickert, del verano de 2001, titulada: " ¿Por qué cree en el euro, señor Wickert?". (519) En aquella época, el periodista Wickert era un propagandista de la moneda única. Schachtschneider, que se había querellado varias veces contra el Pacto de Estabilidad ante el Tribunal Constitucional Federal, rebatió a

Wickert en la entrevista afirmando que el euro ponía en peligro la estabilidad de Alemania. Entre otras cosas, el profesor de Estado advirtió que el euro nos arrebatría de las manos la política económica. Wickert respondió literalmente: "No, podemos determinar la política fiscal, y podemos igualmente determinar la política salarial". Esta dramática apreciación fue sólo uno de los innumerables errores de apreciación del periodista Wickert sobre el euro. Wickert dijo en la entrevista de 2001, entre otras cosas: "... el euro ya ha conseguido bastante. Sólo el plan de creación del euro ha conducido a una gran disciplina presupuestaria en los Estados miembros." (520) Uno no puede sino asombrarse. Al fin y al cabo, fue la falta de disciplina presupuestaria en los Estados del Sur lo que nos llevó al abismo. Por el contrario, Schachtschneider se mostró visionario en la entrevista, diciendo a Wickert: "El capital fluye hacia el extranjero porque el euro no promete estabilidad. Esto puede verse en el actual desarrollo inflacionista. Ya no somos una comunidad de estabilidad".

Es hora de que los propagandistas del euro del calibre de Sabine Christiansen y Ulrich Wickert rindan cuentas públicamente. Han tenido una gran responsabilidad, y han protegido fracasos. Por ello, en los libros de historia debemos situarlos en el futuro junto a los responsables del sufrimiento.

Publicidad de detergentes para una moneda:

La agencia de publicidad Mannstein

En retrospectiva, resulta difícil comprender con qué falta de escrúpulos querían hacernos el euro apetecible a los ciudadanos a través de los medios de comunicación. En aquella época, también se dirigieron psicológicamente a los padres a través de los niños: con paquetes escolares, la Aktionsgemeinschaft Euro, el Bundesbank y los consejos escolares regionales influyeron en los alumnos de tercer y cuarto curso de las escuelas primarias, especiales y de recuperación de todo el país. Debían familiarizarse con la nueva moneda con pequeños paquetes de regalo. Un sorteo les animaría a participar. El material, de carácter lúdico, se distribuyó también en residencias de ancianos y centros de acogida para asilados y personas sin hogar. Los repartidores contaron con la ayuda del personal de las organizaciones de apoyo. El objetivo era que los alumnos transmitieran sus "conocimientos" sobre el euro a sus padres y que los ancianos, los sin techo y los solicitantes de asilo tuvieran algo de qué hablar que se les diera de forma políticamente correcta. Contra esta propaganda concentrada y los recursos financieros que la respaldaban, los críticos del euro que argumentaban con hechos no tenían ninguna posibilidad. La agencia de publicidad Mannstein estaba por encima de todo. (521) El buen Sr. Mannstein (también inventó la "Campaña de los Calcetines Rojos" contra el SPD), junto con el Ministerio Federal de Propaganda ("Oficina Federal de Prensa"), vendió el euro a los ciudadanos alemanes como un nuevo producto de ocio a la última moda. Mannstein dijo algo así como: "Ha llegado la hora de un nuevo rumbo". Hay que dar al euro más calidad emocional comunicando a los jóvenes que el euro significa "más diversión" y "más libertad". (522) Ya hemos señalado que el gobierno alemán afirmaba seriamente que con el euro los jóvenes podrían vivir "de lujo" en el futuro. La triste realidad actual es que nunca ha habido más desempleo masivo entre los jóvenes en Europa.

La agencia de publicidad de Mannstein vendió esta política de "hacerse rico rápidamente" como si fuera publicidad de detergentes. Ya había comercializado a Kohl y a la CDU durante años antes de las elecciones federales y también había dado a conocer en Alemania al fabricante de automóviles coreano Daewoo. La agencia se encargó de la campaña del euro del gobierno alemán. Mannstein había elaborado un calendario preciso según el cual se colocaban anuncios, se organizaban seminarios para periodistas, se distribuían folletos y se pegaban

carteles: "El euro, tan fuerte como el marco". Los "proveedores de educación", es decir, los profesores, recibieron formación en cursos, se anunciaron los comités de empresa. Al mismo tiempo, el Instituto Monetario Europeo (el futuro Banco Central de la UE) contrató a su propia agencia de publicidad, la Comisión Europea repartió 100 millones de marcos por todo el continente y contrató a 130 expertos en marketing para preparar la gran redada contra el marco alemán.

Pero es evidente que la Oficina Federal de Prensa y la Agencia Mannstein se vieron completamente desbordadas por su tarea. En cualquier caso, fueron incapaces de convencer a los ciudadanos del euro, como escribió entonces el semanario Zeit:

Es evidente que los responsables aún no han reconocido la importancia de la tarea. Al fin y al cabo, se trata de preparar a los alemanes para decir adiós a su tesoro nacional, el Marco D, una empresa que, a la vista de las preocupaciones y temores de la población, plantea las máximas exigencias en materia de comunicación. En su lugar, se están siguiendo caminos trillados de marketing: un poco de publicidad, complementada con campañas de relaciones públicas. El presidente de la Caja de Ahorros, Horst Köhler, parece haber lanzado su advertencia - "¡Nada de publicidad de detergentes, por favor!" - al viento. Al menos eso es lo que sugieren los mensajes publicitarios creados por la agencia von Mannstein para la Oficina Federal de Prensa: Con eslóganes planos como "Europa - porque tiene sentido" o "Euro - futuro valioso", es poco probable que se disipen las inquietudes de la mayoría de la población. Lo poco convencidos que están los propios estrategas de Bonn de la unión monetaria lo demuestra también el hecho de que no quieren situar el euro en el centro de la publicidad, sino que planean una campaña denominada de sándwich: las declaraciones económicas se intercalarán entre las políticas: el Big Mac de Europa. (523)

eLos anunciantes exigían cada vez más dinero al gobierno federal, según la presentación de una tesis doctoral de 2007. Señalaban que para el lanzamiento de un nuevo yogur la industria gastaba el doble de dinero en publicidad que en publicidad en euros. Y para el lanzamiento al mercado de Persil Megapearls, la corporación Henkel había gastado nada menos que 160 millones de euros hasta alcanzar la deseada saturación del mercado. (524)

La audacia con la que el entonces Gobierno Federal y la Agencia Mannstein querían manipular a la población con la europropaganda fue elaborada por Jens Peter Paul en una disertación en 2007. En ella afirma:

La agencia von Mannstein también obtuvo el contrato porque ofrecía al gobierno federal la perspectiva de una cooperación amplia y muy rentable con periódicos, radios y televisiones. La BPA (Oficina Federal de Prensa) extrajo de ello la esperanza de poder lograr mucho incluso con un presupuesto reducido. Dirigirse a una audiencia de millones de personas podría lograrse mediante "colocaciones temáticas a través de una presentación distendida y simpática en grandes programas de entretenimiento como Wetten, dass...", según la -por entonces victoriosa- presentación de von-Mannstein. Habla de "nuevas producciones televisivas como 'El Festival del Euro - para el cumpleaños del euro' o 'El Euro - el concurso europeo' con conocidos presentadores/artistas/estrellas de varios países de la UE". Boulevard Bio y Hans Meiser, Talk im Turm y Harald Schmidt: no había programa de entrevistas popular que von Mannstein no quisiera utilizar para su publicidad del euro. Al Gobierno se le prometió la colocación de productos a una escala sin precedentes y a un coste mínimo. Y se vendió la cooperación a escala nacional con emisoras de radio alemanas. también con vistas al medio de masas de la radio, se ofreció a la BPA un supuesto (525)

Esta propaganda en estado puro sólo había existido antes en dictaduras como la RDA o en regímenes del Tercer Mundo. Especialmente pérfido: se iba a conceder a jóvenes periodistas un premio "por reportajes sobresalientes" sobre el euro, que se entregaría ceremoniosamente y con atención mediática. (526) La impresión que se desprende del trabajo de la Agencia Mannstein es que una población no es más que un detergente; se puede influir en ella a voluntad para que se adapte a quienes detentan el poder.

La agencia Mannstein informó retrospectivamente sobre su trabajo de promoción del euro: "Como sabemos retrospectivamente, la introducción del euro no tuvo problemas ni físicos (técnicamente) ni psicológicos de masas. Nuestro trabajo hasta 1998 habrá desempeñado sin duda un papel duradero en este sentido. ... desempeñado un papel duradero" . (527)

Cuando en 2012 se rindió homenaje a Helmut Kohl por la "obra de su vida" con un sello que se distribuyó cinco millones de veces, el diseño gráfico volvió a correr a cargo de la agencia Mannstein. Dijeron con orgullo del sello de Kohl: "Un símbolo que representa sus visiones y sus grandes logros. (528) Será interesante ver si los euroescépticos como los profesores Schachtschneider o Hankel serán honrados algún día con un sello. A diferencia de Kohl, sus visiones no se han convertido en ilusiones, sino en realidad.

Ya hemos visto las medidas de propaganda del euro. Era una maquinaria enorme. En el otro bando había cabezas individuales que intentaban luchar contra esta maquinaria y contra el aparato de propaganda estatal y sus agentes. Fueron golpeados, espiados y ridiculizados. Y algunos de ellos fueron tratados como opositores de una dictadura del Tercer Mundo.

El fracaso de la democracia

La política del SPD Liesel Hartenstein no sospechaba ser de derechas ni populista. Nacida en 1928, había experimentado mucho en su vida. Su gran mérito fue no ser una política conformista. Abrió la boca cuando otros practicaban la disciplina de facción y sólo velaban por los intereses de su partido. Desde la perspectiva del Bundestag alemán, Liesel Hartenstein era una mujer bastante incómoda. En 1998, se atrevió a acusar públicamente al Bundestag y a los políticos representados en él. La Sra. Hartenstein dijo que nunca había habido un debate abierto y público en el Bundestag sobre el abandono del marco alemán. Los críticos del euro habían sido silenciados por una "espiral de silencio". La introducción del euro por los políticos no fue "una bravuconada democrática". (529)

La antigua directora del instituto de sondeos Allensbach, Elisabeth Noelle-Neumann, también lo veía así. Señaló en 1997 que sólo el 21% de los ciudadanos alemanes encuestados querían absolutamente el euro, en encuestas realizadas a la población media. Sin embargo, sólo debían publicarse los resultados de la encuesta de las llamadas élites del país. Se trataba de dirigentes políticos, empresariales y de los medios de comunicación. En 1995, el 61% de estas élites estaban a favor del euro. En 1997, incluso el 87%. La mayoría silenciosa - fríamente silenciada- de la población no tenía una voz representativa en la política y los medios de comunicación. Sobre todo, los medios de comunicación en lengua alemana durmieron durante el desarrollo de la introducción del euro hasta que se constataron los hechos. Sólo cuando ya no había marcha atrás en virtud del derecho internacional, al menos algunos de ellos se dieron cuenta de lo que estaba ocurriendo. El corresponsal de WDR en Bruselas, Rolf-Dieter Krause, dijo que los periodistas habían estado "dormidos durante mucho tiempo" antes de la cumbre de Maastricht. Los medios de comunicación alemanes habían estado preocupados por la reunificación y sus consecuencias. Krause se refirió al comportamiento de sus colegas periodistas en aquella época: "Lo tratamos de tal manera que empujamos al rincón nacionalista a cualquiera que haya expresado dudas sobre el sentido del euro (...). Manfred Brunner era considerado antes un liberal, ahora está adscrito al campo de la derecha. Pero se le ha empujado allí porque se atrevió a expresar dudas sobre el euro" (530)

Y según Axel Bunz, jefe de la representación alemana en la Comisión de la UE en aquella época, los políticos de los años 90 tampoco querían que los medios de comunicación ni siquiera la población se ocuparan del euro: era un tema tabú.

Bunz dijo: "Se dejó deliberadamente de lado a la población porque no les importaba". Y el diputado bávaro de Los Verdes Gerald Hefner cuenta que el efecto de una espiral de silencio en su entorno político sobre el tema del euro fue muy grande. Dice: "La gente, incluidos los diputados, tenía miedo de expresar claramente sus preocupaciones. Las actitudes críticas hacia el euro, a menudo incluso las preguntas, seguían considerándose nacionalistas, chovinistas, aburridas, pasadas de moda, no europeas, antieuropeas." ¿Se puede seguir hablando de democracia? ¿Cuando los políticos tienen miedo de hacer preguntas sobre el tema más importante durante décadas? ¿Cuando no se les permite hacer preguntas porque se considera "nacionalista"?

Jens Peter Paul escribió una tesis doctoral sobre este tema en la Universidad Goethe de Fráncfort en 2007, titulada " Bilanz einer gescheiterten Kommunikation" . Envió un cuestionario a 1086 diputados del Bundestag, el Parlamento Europeo y los parlamentos de los estados federados preguntándoles, entre otras cosas, si el euro había sido impuesto "desde arriba", es decir, forzado a los ciudadanos. El 78% de los diputados se mostraron total o parcialmente de acuerdo con esta afirmación. [\(531\)](#)

Jens Peter Paul también cita al entonces presidente de un Landesbank, al que preguntaron en una conversación previa a la unión monetaria cuánta devaluación de la moneda sufrirían los alemanes con el euro. La tesis dice: "Dijo que suponía que sería entre el 15 y el 20 por ciento, pero que si le citabas, lo negaría" .[\(532\)](#) Así que la desinformación sobre el supuestamente tan maravilloso euro estaba preprogramada. ¿Sigue siendo esto democracia?

En la disertación, Paul escribe que los periodistas que no estaban en la línea se metían en problemas: "Entre los periodistas de Bruselas, que naturalmente eran los que más pronto y mejor conocían los planes a escala de la UE, existía desde los años ochenta un comentario que sólo permitía una actitud crítica hacia una unión monetaria europea dentro de unos estrechos límites. A cualquiera que superara estos límites se le decía que se le consideraba fuera de lugar, o al menos desorientado" [\(533\)](#) Una persona que lo sintió claramente fue Winfried Münster, corresponsal del Süddeutsche Zeitung en Bruselas. Describe así las presiones que recibió: "Unas semanas antes de la cumbre de Maastricht, Dietrich von Kyaw me llamó (al embajador alemán en Bruselas) 'rata'. Se puso delante de mí: '¡Si sigues escribiendo así, arruinarás la economía alemana, porque entonces la unión monetaria no llegará!'. Y tonterías por el estilo. La presión fue inmediatamente enorme. Luego hubo funcionarios de la representación en Bruselas que ya no me dirigieron la palabra. Pero tampoco lo hacían algunos colegas. Lo cual era especialmente malo. No cabía duda de que yo era europeo.

Para mí, todo el asunto fue muy decepcionante porque la unión monetaria no hacía avanzar la integración. Sin embargo, en pocas semanas (...) me pusieron en el rincón de la derecha". (534) El entonces canciller Kohl se llevó aparte al periodista Münster en una reunión de periodistas y le ordenó que no llevara a la redacción sus críticas al euro. Kohl le acusó personalmente de "envenenar el clima". El entonces Ministro de Asuntos Exteriores Kinkel también dijo a Münster en otra ocasión que debía dejar de escribir de forma tan "destructiva" sobre el euro. (535)

En su tesis doctoral, Jens Peter Paul llega a la siguiente conclusión con respecto a los medios de comunicación alemanes: "Los periodistas siguieron a los demás miembros de las élites alemanas que (...) se habían vuelto pro-euro. (...) El euro siguió siendo un proyecto de las élites. (...) Al final, se observan intentos fallidos de comunicación por ambas partes. Pocas veces los gobernantes y los gobernados han sido tan incomprensivos entre sí" (536)

Desde luego, todo esto ya no tiene nada que ver con las características básicas de la democracia. Lo que ha leído en este capítulo recuerda más bien a oscuras dictaduras y regímenes del pasado. Pero es sólo un pequeño atisbo de lo que ocurre entre bastidores.

ARD y ZDF reciben anualmente más de 7.500 millones de euros del contribuyente del canon obligatorio. Una cantidad increíble de dinero, que reciben principalmente porque cumplen un mandato público, a saber, proporcionar la información que una democracia necesita para el discurso político y social. Cuando cada vez son más los periódicos que sirven papilla de redacción, cuando la diversidad de opiniones disminuye drásticamente, cuando cada vez son más las redacciones que se fusionan y los periodistas que son despedidos, lo que apenas deja tiempo para la investigación, entonces la misión de las cadenas públicas cobra aún más importancia. Y es precisamente esta misión la que ya no cumplen. Al contrario: se dejan comprar. Y hacen propaganda.

Cualquiera que encienda la televisión y vea una telenovela en las cadenas públicas probablemente no tenga ni idea de que allí se pueden comprar hasta los diálogos. Por un lado, los ciudadanos pagan por los populares episodios de las primeras horas de la noche, con una audiencia de millones de personas, mediante cuotas obligatorias. Y por otro, se paga publicidad encubierta para influir en la opinión de la audiencia de millones. En el pasado, por ejemplo, la asociación patronal "Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft" (INSM) hizo relaciones públicas encubiertas a través de diálogos comprados en la serie Marienhof de

ARD. (537) El mensaje que debía grabarse en la mente de los telespectadores a través de estos diálogos era: "Aumentar la jornada laboral". El precio de la publicidad encubierta y subrepticia de la patronal en siete episodios: 58.000 euros. (538) Incluso cuando los ciudadanos vemos un culebrón superficial en la televisión para relajarnos, somos manipulados psicológicamente con astucia. Así fue cuando nos despedimos del marco alemán. Y así es cada día. Nos desinforman las veinticuatro horas del día.

Edición de la escena del crimen:

El lado turbio del mundo de los medios de comunicación

Si ha leído este libro, es probable que su impresión de nuestros medios de comunicación no sea la mejor. Sin embargo, estoy seguro de que los episodios y contextos aquí descritos son sólo un extracto de la variopinta realidad. Pero la realidad también incluye impresiones personales. Empecé este libro con relatos muy personales, mostrando que me aprovechaba de descuentos de prensa como algo natural, aceptaba invitaciones gratuitas a hoteles de cinco estrellas o a viajes de compañero con políticos de alto nivel, y ocupaba cargos en fundaciones, asociaciones u organizaciones cercanas a los servicios secretos. Y en retrospectiva, probablemente produje reportajes comprados para ello, especialmente en el FAZ. Con el respaldo de mis jefes. Pero al final de este libro también quiero contarles el precio que pagué por ello. Fue extremadamente alto y ciertamente no deseable.

La profesión de periodista es considerada un trabajo de ensueño por muchos jóvenes. Así lo veía yo antes de mi primer día de trabajo. Tras licenciarme, me alegré mucho cuando el Frankfurter Allgemeine Zeitung me ofreció lo que a primera vista parecía un generoso puesto de redactor en la sección de asuntos exteriores del FAZ. Pero mi primer día de trabajo fue completamente distinto de lo que esperaba. Era el 1 de octubre de 1986, un miércoles. Ese día, el ex presidente estadounidense Jimmy Carter cumplía 62 años. El violinista André Rieu tenía ese día 37 años. Y Klaus Wowereit, que más tarde sería alcalde de Berlín por el SPD, celebraba su 33 cumpleaños. Aquel día estaba entusiasmado: llegué a mi nuevo lugar de trabajo en el FAZ una hora antes de que empezara la jornada laboral. Y entonces llegó mi primera tarea. No eran ni las 10 de la mañana y el jefe de informativos del departamento de política me envió a una tienda del barrio Gallus de Fráncfort con un billete de 10 marcos para comprar una botella de aguardiente (" Obstler") y cigarrillos.

En aquella época, el Frankfurter Allgemeine Zeitung era todavía una de las principales direcciones de los medios de comunicación en lengua alemana. Entré en los supuestamente sagrados salones con asombro. Y brutalmente rápido tuve que enterarme de que mi superior inmediato era alcohólico. Era y es sin duda una persona maravillosa. Sólo menciono esto porque el impacto en la realidad fue bastante brutal. Lo siguiente que supe fue que cada corresponsal tenía que traer

aguardiente o comprar una caja de cerveza para sus colegas cuando visitaba la redacción. Incluso a los que volvían de un viaje de negocios se les obligaba a hacer lo mismo. Esto se llamaba "regalar una cerveza". La red de corresponsales del FAZ era bastante amplia. Y había muchos viajes de negocios. Así que también había mucho alcohol. Si los lectores hubieran sabido cuánto alcohol se bebía en la redacción política del FAZ en aquella época, probablemente se habría producido algo más que un murmullo.

En aquella época, la FAZ se anunciaba con el enjundioso eslogan "Siempre hay una mente inteligente detrás". A veces, las cabezas supuestamente tan inteligentes estaban tan ocupadas consigo mismas que no veían las cosas importantes. En uno de mis primeros viajes a África, contraí la peligrosa Malaria Tropical. En cualquier caso, se considera el más peligroso de los tipos de malaria conocidos y no pocas veces acaba fatalmente. Sólo lo menciono porque mi empleador de entonces no informó de la enfermedad relacionada con el trabajo a la asociación de seguros de responsabilidad civil patronal. Durante los 17 años que trabajé para la renombrada FAZ sufrí una y otra vez esta violación del deber de asistencia. Por ejemplo, sufrí una contusión pulmonar durante una misión en la zona de guerra del sur de Irán. Y la FAZ lo comunicó a la asociación de seguros de responsabilidad patronal responsable de las enfermedades profesionales: nada. Esa era exactamente la norma.

Difícil de creer e inconcebible: Ya había escrito que probablemente soy el único observador occidental vivo de un gaseamiento de iraníes con gas venenoso alemán (gas mostaza) en el sur del país en julio de 1988. El FAZ me había enviado allí, había publicado un reportaje mío en el periódico y una foto mía de una víctima del gas venenoso. A mi empleador no se le ocurrió en aquel momento (como tantas otras veces) que yo podría haber sufrido daños en mi salud en el campo de batalla del gas venenoso. En pocas palabras: la FAZ tampoco informó de ello a la asociación de seguros de responsabilidad civil patronal. Los profesores que en su momento me trataron en el hospital debido a los daños consecuentes a largo plazo (entre otras cosas, contraí cáncer) y que estaban seguros de que sólo me quedaban unos días de vida debido a los efectos del gas venenoso, me aconsejaron que me casara de urgencia debido a los daños de guerra consecuentes. Así que, desde el punto de vista de los profesores que me trataban entonces, le debo a la FAZ una boda sin testigos, sin alianzas y sin amonestaciones. Para asombro de los médicos, sobreviví a los efectos del gas mostaza, como a tantas otras consecuencias de la guerra.

Después de 25 años, tengo un certificado de la asociación de seguros de responsabilidad civil patronal por toda una serie de enfermedades profesionales graves o accidentes de trabajo durante mi estancia en el FAZ. Y entonces volví de una misión como corresponsal de guerra para la FAZ en el sur de Irak con la "enfermedad profesional BK 1311 (gas mostaza)". Pasaron más de 25 años, y el FAZ no me ayudó mucho a tramitar los accidentes laborales para la asociación de seguros de responsabilidad civil patronal. Al contrario. Como lector, probablemente le cueste imaginarse lo altos que son los obstáculos para que un periodista alemán sea reconocido oficialmente por la Berufsgenossenschaft (BG) como víctima de gas venenoso. En cualquier caso, la BG no ha tenido un caso así desde hace décadas. En diciembre de 2013, envié una carta al director del FAZ, responsable de mí en aquel momento, con la siguiente pregunta: "¿Podría explicarme una vez más, en retrospectiva, por qué me envió a esta misión de guerra, por ejemplo, a pesar de tener conocimiento positivo de las operaciones con gas venenoso, y no informó de ello (como de tantas otras operaciones con consecuencias para la salud) a la BGHW?". Después de todo, estaba claro que la exposición al gas mostaza tendría consecuencias para la salud". Dos meses más tarde recibí una carta de un bufete de abogados de Frankfurt en la que me decían que consideraban el asunto zanjado.

No escribo esto para molestar al FAZ. Lo escribo para decir a los jóvenes que no vale la pena arriesgar la vida como reportero. Para el empresario, esto no tiene nada que ver con el FAZ, esos viajes que ponen en peligro la vida a veces resultan en una historia emocionante que asegura la circulación a corto plazo. Y el que arriesga su vida acaba pagando la factura. En una ocasión, un colega del Süddeutsche Zeitung presencié de cerca cómo un soldado evidentemente drogado me apuntaba a la cabeza con una ametralladora en lo más profundo de la sabana africana e intentaba apretar el gatillo con los ojos vidriosos. El colega lo describió bastante bien en un artículo. Cuando regresé a la redacción del FAZ con tales experiencias, no hubo comprensión ni simpatía. No, lo primero que se me impuso fue "trabajar hasta tarde", hasta las once de la noche, porque me habían permitido ir de viaje al extranjero y había "experimentado" algo.

Una vez sufrí una fractura de la base del cráneo de camino a mi oficina de la FAZ. Las consecuencias fueron horribles. Tardé varios meses en poder volver a caminar sin ayuda. No creas que el FAZ me hubiera visitado. Unos meses después de la operación con gas venenoso que he descrito, enfermé de cáncer y pasé muchos meses en el hospital. Allí tampoco recibí visita de la FAZ. Al cabo

de seis semanas, tampoco sueldo. Aquello fue brutal. Y en el FAZ volvieron a anunciar mi puesto de trabajo mientras aún vivía. Sobreviví y volví a la redacción como persona gravemente discapacitada. Como persona gravemente discapacitada, me enviaron una y otra vez a zonas de guerra como algo normal. En 2003 sufrí un grave accidente que me seccionó los nervios de la pierna derecha. A consecuencia de ello, se me presentó entonces un acuerdo de despido en el FAZ. Subjetivamente, esto me pareció, por decirlo educadamente, desagradable. No quiero hacer aquí más comentarios al respecto.

No sé por qué el FAZ tiene olor a noble, veraz y sincero. Probablemente se deba a un buen marketing. Pero el drástico descenso de la tirada demuestra que la tan bellamente pulida marca FAZ está calando cada vez entre menos gente. En este libro he escrito algunas cosas desagradables sobre el FAZ. Seguirán otras. Es la verdad. Aunque a la gente de FAZ no le guste oírlo o prefiera que no se la recuerden.

Qué hay que hacer

Hemos visto en este libro lo llamativa que es la integración de destacados periodistas alfa en los círculos de poder de las élites. Su proximidad a determinados medios políticos y empresariales influye obviamente en la medida en que los deseos de las élites sobre los temas afectan a la cobertura mediática. Incluso para los periodistas que parecen imparciales y neutrales, es difícil evitar verse influidos. Hace tiempo que forman parte de un complejo sistema de comunicación de mutua cercanía de opinión en el que se fijan y acentúan los temas. Las muy problemáticas redes de periodistas influyentes con organizaciones internacionales e instituciones gubernamentales suelen permanecer ocultas a los lectores de periódicos, telespectadores u oyentes de radio. Al fin y al cabo, los vínculos entre Josef Joffe (Die Zeit), Stefan Kornelius (Süddeutsche), Michael Stürmer (Welt), Günther Nonnenmacher y Klaus-Dieter Frankenberger (FAZ), así como Kai Diekmann (Bild), ya fueron esclarecidos en el pasado en un estudio científico de Uwe Krüger. Los antaño renombrados periódicos FAZ, Süddeutsche, Welt y Zeit, pero también Bild, no han ganado ciertamente en reputación con esta revelación.

El taz escribió una vez sobre esto bajo el titular "Periodistas bajo la influencia":

De los representantes de los medios de comunicación estudiados, Krüger seleccionó a cuatro periodistas que tenían estrechos vínculos "en el entorno estadounidense y afiliado a la OTAN": Stefan Kornelius (Süddeutsche Zeitung), Klaus-Dieter Frankenberger (Frankfurter Allgemeine Zeitung), Michael Stürmer (Die Welt) y Josef Joffe (Die Zeit). Los cuatro participaron regularmente en la Conferencia de Seguridad de Múnich. Además, participaron en el Puente Atlántico y en la "Conferencia secreta de Bilderberg, en la que las élites norteamericanas y europeas intercambian ideas" (...) Entonces, ¿escriben los cuatro periodistas de Alpha de forma unilateral? (...) Krüger encontró 83 artículos relevantes de los periodistas Joffe, Frankenberger, Kornelius y Stürmer. En ellos, dijo, había descubierto una correlación entre sus redes afiliadas a la OTAN y EE.UU. y la argumentación: "Utilizaron acríticamente el 'concepto ampliado de seguridad' y abogaron por un mayor compromiso militar de Alemania, especialmente en Afganistán, algo que desean la OTAN y EE.UU., pero que rechaza la mayoría de la población alemana". En 2008, por ejemplo, el 53% de los ciudadanos opinaba que Alemania debía mantenerse al margen de los conflictos. Esta actitud de los ciudadanos había sido en parte difamada y se

había recomendado al gobierno alemán que hiciera un mejor trabajo de persuasión. "No se produjo un debate sobre las objeciones y las críticas". (539)

Hablando claro: los periodistas de los medios de comunicación de renombre estaban, al menos en el pasado, "completamente alineados con las élites" (540). Y cuando se reúnen en esos numerosos círculos cerrados a los que los ciudadanos de a pie no tienen acceso, probablemente a veces son capturados intelectualmente por los poderosos de la política y las altas finanzas. Por eso no es de extrañar que los estudios académicos que se ocupan de estos periodistas concluyan que los autores de los principales medios de comunicación informan tendenciosamente y quieren influir en los lectores en su "actitud psicológica". (541) Así pues, cuando los periodistas informan "tendenciosamente", se mueven en círculos cerrados de poder, buscan una pegajosa cercanía a las élites, ocultan todo esto en sus reportajes y sugieren al lector que informan sin influencias, entonces todo lo que tenemos ante nosotros es una simulación de información veraz: lo que entonces leemos, oímos o vemos es una ilusión, una ilusión sensorial, pero no un fiel reflejo de la realidad.

Cuando los periodistas de los principales medios de comunicación alemanes entran y salen de organizaciones de lobby como el Punte Atlántico, la Comisión Trilateral, la Conferencia de Seguridad de Múnich, los Bilderbergers, el Instituto Aspen o la Academia Federal de Política de Seguridad, o incluso son miembros de ellas como "líderes mediáticos", entonces se ha cruzado una línea roja. Algunos de estos periodistas pueden ser comprados e invitados a viajes de 5 estrellas, sobre los que luego informan acriticamente. Lo que encontramos entonces en los medios de comunicación no es otra cosa que reportajes sobornados, la peor clase de periodismo. He escrito al principio que yo mismo trabajaba de la misma manera y que fui corrompido con el apoyo de mi jefe. Esta confesión no mejora las cosas. Pero puede y debe ayudar a poner fin a tales condiciones.

La información de nuestros principales medios de comunicación hoy en día es, por decirlo educadamente, deshonesto. Pero ya no se puede confiar en quien no es honesto. En otras palabras, quienes compran los grandes periódicos se engañan a sí mismos y financian un aparato de propaganda. Mientras los grupos de presión sigan trabajando en ellos, nada cambiará. Sólo por razones éticas, los periodistas de alto nivel no deberían poder formar parte de consejos consultivos, consejos de administración y órganos de planificación política. Y los jefes de departamento de política exterior no tienen nada que hacer en una asociación

para la promoción de las relaciones transatlánticas. La realidad, sin embargo, es completamente distinta.

Así que la recomendación es: simplemente negar cuota, difusión y audiencia a quienes nos manipulan y desinforman. Desconectar y a partir de ahora no gastar ni un céntimo más en ellos. Cuanta más gente haga esto, mayor será la presión. Sobre todo: escribe a los editores de periódicos, a las redacciones y a los medios de comunicación por qué no vas a gastar ni un céntimo más en los artículos de los lobbies de los "medios líderes" que nos desinforman. Cancelad vuestras suscripciones y recomendad esta medida a amigos, familiares y conocidos. De este modo, pasarás rápidamente a formar parte de un nuevo movimiento en rápido crecimiento, que tan fácilmente le quita el terreno a la propaganda sin escrúpulos.

En su lugar, informémonos gratuitamente en Internet en los numerosos portales alternativos de noticias gratuitas. (542) El nuevo medio líder es sin duda Internet. Al igual que los cines desaparecieron en su forma anterior debido a los medios digitales, y las tiendas de discos, los medios líderes clásicos también desaparecerán. Y esto no significa en absoluto la desaparición de nuestra cultura. Al contrario, hay algo positivo en esta evolución.

El sentido de la injusticia de esas élites que quieren manipularnos está ya cerca del cero absoluto en estos días. Cada lector de este libro puede votar fácilmente sobre el tipo de periodismo descrito aquí con su cartera y la "cuota" y negarse a seguir en el futuro a los "medios líderes" que trabajan de esta manera. Aquellos que ya no comprenden los productos de tales medios de comunicación, que ya no hagan clic en sus artículos en Internet y que simplemente los aparten de la televisión o la radio, acabarán por dejar sin empleo a los periodistas que están detrás de ellos. Así de sencillo. Y si nos fijamos bien, este proceso hace tiempo que ha comenzado: día tras día, en algún lugar del mundo de habla alemana, se despide a periodistas porque los clientes ya no quieren su tipo de reportaje.

En julio de 2014, el Bundestag alemán celebró una audiencia de expertos sobre el futuro del "periodismo de calidad" alemán. (543) Está claro para todos los implicados que los "periodistas de calidad", como hemos descrito en este libro en gran número, están hasta el cuello financieramente. Es previsible que sólo tengan futuro formas alternativas de periodismo, como las "marcas personales". Los consumidores sólo pagarán por la información que reciban directamente de periodistas en los que puedan confiar. Los periodistas alfa influidos por intereses ajenos, como los he descrito abundantemente en este libro, son un modelo

descatalogado, una reliquia de tiempos pasados. Cada vez más gente ilustrada se dará cuenta de que no se puede confiar en los periodistas alfa. Los periodistas como marcas privadas que pueden ganar dinero sin editores porque se confía en ellos, tienen futuro. Como Stefan Niggemeier en el sector de los medios de comunicación, por ejemplo. (544) O Thomas Knüwer. (545) Como en el sector empresarial Markus Gärtner. (546) Como Matt Drudge en el ámbito de las noticias en inglés. (547) O la página colectiva de varios "periodistas de marca" en el sitio de noticias en alemán Kopp: <http://info.kopp-verlag.de>.

En cualquier caso, seguro que no hay Bilderbergers, transatlánticos, multimillonarios, políticos y otras figuras oscuras tratando de influir en la información.

Sin embargo, este libro es sólo una instantánea. Al igual que en los años 50 la televisión era vista por los ciudadanos como el aparato de propaganda de la "televisión de Adenauer" y pronto tuvo que hacer frente a una plétora de otros medios, hoy los periodistas de propaganda de los principales medios también tienen el problema de que la gente simplemente huye de ellos y se informa en otra parte. Sin embargo, una mirada al futuro (previsible) sugiere algo aún más grave: Se supone que en pocos años la vida de los europeos en el ámbito de la recopilación de información cambiará radicalmente. En cualquier caso, ya en 2007, el Ministerio de Defensa de Londres comunicó abiertamente a los británicos lo que supuestamente nos espera a todos: En 2035 será completamente "normal" que nuestros hijos lleven implantado un chip en la cabeza para la transmisión de información. No, no se trata de una loca utopía futura. Se trata de un comunicado oficial del Ministerio de Defensa de Londres, basado en desarrollos técnicos reales hasta la fecha y en cálculos de probabilidades realizados por científicos financiados por el ejército. (548) El célebre periódico londinense The Guardian informó de ello en 2007 bajo el titular "revolución, flashmobs y chips cerebrales". (549) El Ministerio de Defensa de Londres también informó a los británicos en 90 páginas sobre el desarrollo previsible y supuestamente realista del ejército británico en el sector de la seguridad. Ahora bien, se puede encontrar esto hilado, bien o mal, pero hay que saberlo. Reflexionando sobriamente, aunque no queramos admitirlo en este momento, este desarrollo ya es fácil de entender, pero es bastante poco atractivo: la migración, es decir, los movimientos migratorios hacia Europa, conducirán por tanto a cada vez más guerras intraestatales entre los diversos grupos de población nuevos aquí en Europa en lugar de las clásicas guerras entre Estados. Grupos de personas enemigas entre sí se enfrentarán cada vez en mayor número aquí en

Europa en espacios muy reducidos. Tal y como hemos visto una y otra vez en la historia antes del big bang: desde Alejandro Magno a la migración de los pueblos y el colapso del Imperio Romano debido al ataque de los bárbaros hasta el experimento fallido con el estado multiétnico de Yugoslavia. Al final, siempre hay guerras horribles porque grupos de personas completamente diferentes nunca han convivido pacíficamente en un territorio nacional a largo plazo, ni siquiera bajo coacción dictatorial. Esa es una parte.

Y es precisamente en este contexto en el que el Ministerio de Defensa londinense también arroja luz sobre cómo obtendrá información la gente en el futuro. En cualquier caso, se espera que la calidad de las noticias disminuya constantemente a partir de ahora. Se dice que pronto los periodistas estarán formados casi exclusivamente por ciudadanos blogueros ("ciudadanos-periodistas"). Y la combinación del declive de la información y los chips cerebrales ya mencionados facilitará que gobiernos, criminales o terroristas movilicen en cualquier momento a masas de personas para sus propios intereses a través de estas interfaces implantadas en el cerebro. Por ejemplo, en forma de "flash mobs", que luego podrían ser incitadas unas contra otras según los propios intereses en este esperado choque extremo de grupos de población hostiles.

En lenguaje llano: quienquiera que en el futuro domine las interfaces de estos chips conectados en red en los cerebros de las personas o pueda piratearlos será también capaz, según el pronóstico de los militares, de controlar a las multitudes cada vez más dispares debido a los movimientos migratorios. A primera vista, esto puede sonar tan absurdo a un ciudadano de a pie como podría haberle sonado hace treinta años cuando le dijeron que hoy una gran parte de la gente estaría constantemente conectada a las redes mundiales de datos como algo natural a través de un botón en su oreja y un diminuto dispositivo mientras monta en bicicleta, conduce, camina o va de compras. Si le hubieran dicho entonces que hoy podríamos llamar por teléfono móvil a amigos de otros continentes en cualquier momento, pero también determinar nuestra posición local al metro, por ejemplo en un bosque inmenso, y al mismo tiempo nuestra comunicación sería completamente registrada, evaluada y almacenada permanentemente por los estadounidenses las veinticuatro horas del día (550) - entonces se hubiera pensado que el portador de la noticia estaba loco. Pero hoy todo esto se da por sentado. Cada llamada telefónica que hacemos se graba palabra por palabra en países lejanos como Estados Unidos, de forma totalmente automática y almacenada permanentemente. Nuestra libertad se ve así, imperceptiblemente, cada vez más restringida. Hace una generación, esto también se habría

considerado una utopía irreal. Y hoy existe esta panda de periodistas alfa que se sientan en las numerosas fundaciones y asociaciones proamericanas y quieren endilgarnos las cosas más absurdas como supuestamente positivas, desde el supuesto "futuro proyecto euro" hasta la "inmigración como enriquecimiento", pasando por el tópico de que "la vigilancia sirve a nuestra seguridad". En interés de quién lo hacen, los intérpretes de la OTAN y de EE.UU. callan.

Los monstruos de Frankenstein, conscientes de este desarrollo, tienen por tanto un interés natural en llegar a los puntos de conmutación de nuestros cerebros para poder influir en el desarrollo previsible. Y lo que hoy en día sigue sonando a Frankenstein y a utopía en lo que respecta al informe del Ministerio de Defensa de Londres o de los militares estadounidenses para nuestro futuro, evidentemente no es en absoluto tan absurdo como puede parecer a primera vista. Después de todo, incluso hoy en día unas pocas personas determinan qué información está profundamente incrustada en nuestros cerebros y cómo pensamos. Hay una pequeña camarilla de periodistas alfa de un círculo elitista estrechamente vinculado a la industria armamentística y a Estados Unidos que, si se examina más de cerca, ya no se comporta de forma diferente a los Frankensteins del futuro escenario de terror londinense que acabamos de describir. Pero siguen siendo cómplices humanos del entorno de la élite del poder los que intentan manipular nuestros cerebros. Todavía podemos describir sus acciones. Todavía podemos denunciarlos y quizás incluso detener su desarrollo. Y todavía hay gente sincera entre ellos que no se deja comprar y que denuncia los agravios. Gente con espina dorsal.

Como Ulrich Tilgner. Lleva informando sobre Oriente Próximo y Oriente Medio desde 1982. Desde 2002, este reportero nacido en Bremen dirige la oficina de la ZDF en Teherán. En 2003, el reportero recibió el premio Hanns Joachim Friedrich de periodismo televisivo por sus reportajes sobre la guerra de Irak. Había "mantenido y demostrado su calidad profesional y su independencia periodística en las condiciones extremas del reportaje de guerra". Entonces llegó el batacazo: el corresponsal en el extranjero Tilgner, que era un rostro familiar para todos los telespectadores de la ZDF, ahora sólo informaba para la televisión suiza. No renovó su contrato como jefe de la oficina de la ZDF en Teherán y como corresponsal especial para Oriente Próximo. Justifica su decisión diciendo que se siente cada vez más limitado en su trabajo en Alemania, "especialmente en lo que se refiere a informar desde Afganistán, ahora que están muriendo soldados alemanes allí". Hay consideraciones de alianza que se reflejan en la independencia editorial de las emisoras. Al mismo tiempo, la política está cada

vez más relegada a nichos. "En Suiza, en cambio, programas como Tagesschau o 10vor10 son instituciones. Allí todavía no ha experimentado ninguna interferencia en su trabajo. Por supuesto, la ZDF no comunicó a sus telespectadores por qué de repente ya no se veía al corresponsal en el extranjero Ulrich Tilgner. Así que los periodistas con agallas existen.

Lo que queda es la constatación de que nuestros periodistas alfa no informan sobre el pueblo. No miran a la gente a la boca, no, intentan cerrarle la boca o ignorarla de forma políticamente correcta. Esto se puede ver en los continuos reportajes tendenciosos. Cada vez más gente tiene la impresión de que no se informa de su vida, de sus impresiones, de sus actitudes. Una élite distante y pegajosa construye el mundo a su antojo y sólo a su antojo. Sólo existe el tono fastidioso del que mira para otro lado y lo sabe todo. Pero el zeitgeist se ha volcado ahora en la población como una masa de agua que lleva demasiado tiempo estancada.

Por último, doy las gracias a los periodistas alfa mencionados por su nombre en este libro. Al fin y al cabo, tienen una función importante: en el futuro, probablemente servirán de ejemplo de advertencia a una nueva generación de aspirantes a reporteros en las facultades de periodismo sobre cómo no hacerlo.

Todas las personas nombradas en este libro niegan una proximidad pegajosa a organizaciones de élite. También niegan ser grupos de presión. También niegan estar "corrompidos" por la proximidad a la élite. Y niegan haber perdido su mordacidad periodística como periodistas cercanos a los grupos mencionados. Niegan que esa proximidad afecte a sus reportajes.

Epílogo

El estadounidense Carl Bernstein es el reportero que destapó en su día el caso Watergate y derribó así al Presidente estadounidense Nixon en 1974. Bernstein es Premio Pulitzer. Es un peso pesado del periodismo. Tras abandonar el diario estadounidense Washington Post en 1977, trabajó durante seis meses en un único texto: un artículo sobre la colaboración de los periodistas con la CIA. Su reportaje se publicó en la revista Rolling Stone. (551) Bernstein reveló que unos 400 periodistas estadounidenses trabajaban para la CIA. El New York Times tenía incluso un contrato con la CIA en aquella época, según el cual sus periodistas podían ser "prestados" por la CIA en cualquier momento. Según esto, los editorialistas y comentaristas más conocidos de Estados Unidos estaban en nómina de la CIA, incluidos editores y redactores jefe, así como periodistas extranjeros. A más tardar desde esta revelación en 1977, ha quedado claro que la CIA recluta a periodistas y empleados destacados en empresas de medios de comunicación de todo el mundo o los mantiene como informadores. (552)

¿Qué significa esto para nosotros en Alemania? Un ejemplo: el político del SPD Manfred Lahnstein fue Ministro Federal de Finanzas en 1982 y trabajó para la corporación mediática Bertelsmann de 1983 a 2004, más recientemente como "Representante Especial del Consejo Ejecutivo". Lahnstein fue miembro de la Comisión Trilateral presentada en detalle en este libro. Y desde mediados de los años noventa es presidente del patronato de la fundación del semanario Die Zeit (Fundación Zeit). El nombre de Lahnstein aparece en la herencia del ex agente de la CIA Robert Trumbull Crowley como informante de la CIA. Lahnstein es uno de los 2619 nombres de supuestos informantes de la CIA que figuran allí. Robert Trumbull Crowley falleció en un hospital de Washington el 8 de octubre de 2000. (553) Fue jefe adjunto de operaciones de la CIA y jefe de la división de operaciones encubiertas. Es posible que las personas incluidas en su lista ni siquiera supieran que eran informantes de la CIA. (554) En agosto de 2014 escribí a Manfred Lahnstein, del semanario Die Zeit, para preguntarle si sabía que él -como otros alemanes- estaba en la lista de informantes de la CIA. Esto ocurría, obviamente, en la época en que era responsable de medios de comunicación en Bertelsmann. Porque la lista menciona su dirección en Gütersloh en aquella época. Lahnstein respondió, visiblemente sorprendido: "Gracias por el chivatazo. No tenía ni tengo ni idea".

Estoy convencido de que Lahnstein dice la verdad. Porque, según mis investigaciones, en el pasado los miembros de la Comisión Trilateral entraron casi automáticamente y sin su conocimiento en la lista de la CIA de personas cercanas a los servicios de inteligencia estadounidenses o incluso que los apoyan activamente. Así que Lahnstein podría haber entrado en la lista de informantes de la CIA como antiguo miembro de la Comisión Trilateral. En pocas palabras: uno haría bien en mantenerse alejado de las organizaciones transatlánticas.

Es inexplicable que nuestros periodistas sigan aferrados a esas cadenas. Deberían haber sabido lo que ocurría desde 2006 a más tardar. En ese año, el canal Arte emitió el documental "Usados y controlados". En él, un público atónito se enteraba de cómo la CIA intenta influir deliberadamente en las redacciones de las editoriales y emisoras alemanas a través de organizaciones camufladas. (555) Quedó claro: Figuras literarias, músicos, empleados de editoriales o de la radiotelevisión pública: muchos eran teledirigidos desde Washington. (556) Y revistas, como la literaria Der Monat, eran cofinanciadas por la CIA. Cuando esto se supo a través de un artículo del New York Times, Die Zeit se limitó a comprar Der Monat. (557)

Nada de esto fue nunca un secreto. Sólo que nadie quería verlo. Ya en 1996, la CIA había anunciado públicamente que reclutaría a más periodistas. (558) ¿Y cuál es el mejor lugar para establecer esos contactos? ¿Dónde se convierte un periodista alfa en un "Frankenstein de la MI"? En las numerosas organizaciones transatlánticas, por supuesto. Porque allí la CIA se sienta regularmente a la mesa.

Hoy, muchos de los que he mencionado por su nombre en este libro pueden alegar no haberse dado cuenta de lo que ocurría a su alrededor hasta ahora. Alegarán haber sido demasiado estúpidos, demasiado ingenuos o demasiado incompetentes. Sin embargo, es tan transparente: porque los principales responsables de las acciones transatlánticas se sientan en el Consejo de Relaciones Exteriores (CFR). El CFR tiene los vínculos más estrechos con la CIA. (559) Y el CFR tiene muchos vástagos cactus, como el Consejo Alemán de Relaciones Exteriores, más conocido por los alemanes como Consejo Alemán de Relaciones Exteriores (DGAP), que el CFR ayudó a fundar. (560) Casi todas las organizaciones de lobby proamericanas están vinculadas en la Red de Política Transatlántica (TPN). Ésta se considera a sí misma una organización de presión de grandes empresas, medios de comunicación y grupos de reflexión europeos y estadounidenses, y enumera por su nombre las empresas que la integran, como por ejemplo: (561) Allianz, AT&T, BASF, Bertelsmann AG,

Boeing, BP, Caterpillar Inc, Citigroup, Coca-Cola, Daimler AG, Dell, Deutsche Bank, Dow Chemical, Ericsson, Facebook, GE, Hewlett Packard, HSBC, IBM, JP Morgan, The McGraw-Hill Companies, Michelin, Microsoft, Nestlé, Oracle, Pfizer International, SAP AG, Siemens AG, S.W.I.F.T., Syngenta y UPS. Y ahora los nombres de los think tanks, que también están unidos a las grandes empresas mencionadas bajo el paraguas de la Red Política Transatlántica (562) AmCham EU (The American Chamber of Commerce to the EU), Aspen Institute - Berlín, Aspen Institute - Italia, Atlantic Council of the United States, Brookings Institution, BRUEGEL, Carnegie Endowment for International Peace, Centre for European Policy Studies (CEPS), Chamber of Commerce of the United States, Chatham House, Council on Foreign Relations, Center for Strategic and International Studies (CSIS), German Council on Foreign Relations (DGAP), European Policy Centre (EPC), European Round Table of Industrialists (ERT), European Institute, German Marshall Fund of the United States, Institut Français des Relations Internationales (IFA). V. (DGAP), European Policy Centre (EPC), European Round Table of Industrialists (ERT), European-American Business Council, European Institute, German Marshall Fund of the United States, Institut Français des Relations Internationales (IFRI), TransEuropean Policy Studies Association (TEPSA), UNICE y US Council on Competitiveness. Sólo faltan el Atlantic Bridge y su organización asociada, el American Council on Germany, y la Comisión Trilateral del Sr. Rockefeller. (563) En casi todas las organizaciones mencionadas hay también políticos de alto nivel. Así que ahí lo tenemos, la red de grandes empresas, medios de comunicación y grupos de reflexión en la que se han enredado muchos periodistas de los principales medios de comunicación, empresarios, políticos y científicos. ¿Realmente todos ellos sólo quieren jugar?

Entonces, ¿es una teoría de la conspiración si estoy personalmente convencido de que las numerosas células individuales de la Red Política Transatlántica y las organizaciones que la rodean nos están preparando masajes cerebrales del más alto nivel? ¿Que la perspectiva de los miembros y amigos de estas numerosas organizaciones de presión, de sus compañeros y de los investigadores de las mismas se moldea y estrecha tan arteramente hasta que se convierten en perfectos transformadores de las ideas de las grandes corporaciones, las agencias de inteligencia y los intereses estadounidenses y sus pensamientos y estrategias les parecen propios? Las ideas así moldeadas se engendran luego en un número incalculable de publicaciones y otros medios de comunicación en los principales medios y se venden como sus respectivos productos de pensamiento.

En este contexto, resulta absolutamente demencial que los principales medios de comunicación en lengua alemana, que trabajan de esta manera, publiquen informes según los cuales apenas existe libertad de prensa en Irak o en otros países lejanos. Y es que la inmensa mayoría de los medios de comunicación allí no son independientes y actúan como portavoces de grupos políticos. A Reporteros sin Fronteras, financiada por el multimillonario estadounidense Soros, también le gusta descubrir esos abusos en países lejanos, pero no aquí en Europa. (564) Sin embargo, incluso nuestros medios de comunicación en lengua alemana son, sobre todo, portavoces de grupos políticos y, como hemos visto en relación con los enredos transatlánticos, no son en absoluto independientes. En la ZDF, además, casi todos los redactores y directores de programas influyentes tienen carné de partido. Y ahora la ZDF puede incluso llamarse legalmente la emisora más dependiente de la república. Porque en marzo de 2014, el Tribunal Constitucional Federal reprendió la influencia de la política en los órganos de radiodifusión - y declaró inconstitucional el "Tratado de Estado" de la ZDF. (565) Esto significa: ¡La influencia de los grupos políticos en la ZDF es tan extrema que es inconstitucional! Son condiciones propias de una república bananera!

Lo que hemos explorado en este libro son los núcleos de poder político del sistema de influencia de las élites. Y por eso no es de extrañar que las palabras de moda que utilizamos hoy en día de forma habitual tengan su origen precisamente ahí: De la "globalización" a la "liberalización de los mercados mundiales", de la "lucha contra el terrorismo internacional" a la "primavera árabe" o palabras inofensivas como "ataques aéreos" cuando se trata de los bombardeos más brutales. Pero, sobre todo, los sistemas transatlánticos de influencia de las élites proestadounidenses desarrollan planes de guerra. Desde la guerra entre Irak e Irán en 1980 hasta 1988, pasando por las numerosas guerras por los recursos en África, la guerra de Kuwait en 1990, las guerras de los Balcanes, la guerra de Irak en 2003, la guerra de Afganistán, las guerras civiles en los Estados árabes, hasta Ucrania y de nuevo en Oriente Próximo, donde siempre se trata de materias primas y poder. Y nuestros principales medios de comunicación han acompañado de buen grado todo esto propagandísticamente. Como el investigador de conflictos austriaco Dr. Kurt Gritsch llama a nuestros medios de comunicación burgueses de calidad después de extensos estudios: "traficantes de guerra" (566) E incluso Gabor Steingart, editor del renombrado periódico económico Handelsblatt, acusa ahora a sus colegas de los principales medios de comunicación (como los periodistas alfa del Frankfurter Allgemeine Zeitung) de

belicismo y califica los artículos del FAZ de "borradores intelectuales". A finales del verano de 2014, llegó a acusar al FAZ de utilizar informes falsos para intensificar el belicismo contra Rusia. (567) Un día, queridos lectores, una generación futura les preguntará a ustedes también durante cuánto tiempo apoyaron a estos belicistas. Cuatro quintas partes de los alemanes rechazan las misiones militares alemanas en el extranjero. (568) El presidente federal Joachim Gauck es muy diferente. (569) Es miembro de la elitista asociación transatlántica Atlantik-Brücke. (570) Y, al igual que gran parte de nuestros principales medios de comunicación, es cercano a los exaltados de Estados Unidos. (571)

Hoy me avergüenzo de haber trabajado para belicistas durante gran parte de mi anterior vida periodística. Otros no se avergüenzan. Al contrario, varios periodistas de Alpha están en contacto con el estadounidense Ralph F. Goff. Este hombre actuaba en segundo plano en muchas organizaciones estadounidenses. Según fuentes rusas, Ralph F. Goff fue jefe de estación de la CIA en Alemania hasta el verano de 2014. (572) Oficialmente, operaba como "Foreign Service Officer at U.S. Department of State" (573), disfrazándose de diplomático inofensivo. Al igual que su esposa, Jennifer Goff, se dice que estaba especializado en reclutar extranjeros para la CIA durante las conversaciones transatlánticas. Su esposa Jennifer habría sido expulsada de otro país por este motivo ya en 2004. (574) Todo esto es perfectamente normal en los servicios estadounidenses. El mundialmente famoso denunciante Edward Snowden también trabajó durante mucho tiempo disfrazado de diplomático para la CIA en Ginebra. (575)

¿Recuerda en este libro cómo los servicios de inteligencia estadounidenses ayudaron a fundar organizaciones transatlánticas durante la Guerra Fría a través de las cuales querían influir en la opinión pública alemana? ¿Y recuerda qué premios de estas organizaciones llevaban el nombre de oficiales de inteligencia estadounidenses y en qué puestos se sentaban los servicios estadounidenses en Alemania en las fundaciones transatlánticas? Evidentemente, nada ha cambiado a este respecto hasta el día de hoy. Porque este Ralph F. Goff, que antes de Berlín también se dice que trabajó para la CIA en Viena (disfrazado de diplomático) y también contó con muchos periodistas alfa entre sus amigos allí, tuvo que abandonar Alemania en el verano de 2014 debido a sus excesivas actividades de inteligencia. A través de sus perfiles en las distintas redes sociales, uno podía averiguar rápidamente sus contactos relevantes en el verano de 2014.

Probablemente ahora serán rápidamente borrados. Por qué nuestros periodistas alfa no informaron de esto antes?

Si todavía se está haciendo esta pregunta, por favor, vuelva a "Inicio". Porque entonces debería volver a leer este libro detenidamente desde el principio...

¿Todavía recuerdas las páginas 74 a 76 del libro? Entonces respira hondo por última vez:

El 31 de enero de 2000, el entonces cabo de la Bundeswehr André Horn, de 23 años, murió en el hospital de campaña de Prizren (Kosovo). Llevaba desplegado en Kosovo como miembro de la Fuerza para Kosovo (KFOR) desde finales de noviembre de 1999. La Bundeswehr da como causa oficial de la muerte una septicemia meningocócica. Esto no parece ser cierto. Los científicos Prof. Peter Horn, biotecnólogo de la Universidad Ludwig-Maximilians de Munich y experto en geoquímica de isótopos del Organismo Internacional de Energía Atómica (OIEA), y Horst Günther Siegwart, médico y especialista en ciencias médicas, han llegado a la conclusión de que el cabo Horn pudo haber muerto como consecuencia de un grave envenenamiento por uranio empobrecido (DU), que contrajo en Kosovo. La prueba del envenenamiento radiológico por municiones de uranio sería posible aún hoy si se exhumara el cadáver de André Horn y se analizaran científicamente sus tejidos. Las repetidas peticiones de la familia del soldado de la Bundeswehr muerto para que se lleve a cabo dicha exhumación y para que los restos sean examinados por expertos reconocidos internacionalmente, o para que se apoye la correspondiente solicitud de la familia a la fiscalía, han sido siempre rechazadas por el Ministerio Federal de Defensa. El ministerio sigue afirmando en público que la munición de uranio no es peligrosa. Y nuestros periodistas de Alpha apoyan al ministerio en esta afirmación. Ahora examinen detenidamente los documentos de las páginas 75 y 76 de este libro. Entonces tendrá una idea de lo poco escrupulosas que pueden llegar a ser las redes que trabajan en segundo plano. Entonces, ¿tú también pasas por encima de cadáveres?

Por último, una petición para usted: este libro es, al fin y al cabo, la primera parte de tres publicaciones explosivas sobre la industria de los medios de comunicación. Ha aprendido qué redes secretas controlan nuestra avalancha de información. También ha aprendido acerca de la proximidad de nuestros medios de comunicación a las élites y las consecuencias. Cada afirmación fue corroborada paso a paso. Una "teoría de la conspiración" se hizo realidad. En otro volumen aprenderemos qué trucos utilizan los grandes editores de medios de

comunicación para engañar a sus anunciantes. Ya les he dado un pequeño anticipo de ello en este libro. Si tiene algún consejo (¡verificable!) directamente del sector, espero recibir su carta o contacto. Y en un tercer volumen informaré específicamente sobre qué periodistas están en qué listas internas de la industria de las relaciones públicas. La mayor parte de nuestros reportajes ya están comprados. Ya he revelado algunos nombres en este libro. Si usted, como propietario o empleado de una agencia de relaciones públicas, ha tenido experiencias formativas con exigencias de empresas de comunicación o periodistas, o si es responsable de descuentos de prensa en un departamento de la empresa y desea proporcionar información verificable, le estaré agradecido en cualquier momento: info@ulfkotte.de o mensaje directo a través de Twitter: @UdoUlfkotte. La gente de ahí fuera debería conocer por fin la verdad para poder defenderse. También puede seguir mis contribuciones en internet en <http://info.kopp-verlag.de/> y suscribirse al servicio de información de fondo en <http://www.kopp-exklusiv.de>, para el que también escribo.

Observaciones

Nota para la búsqueda de fuentes: Todos los enlaces siguientes pueden encontrarse también en Internet, en la página www.gekauft-journalisten.de bajo el epígrafe " Fuentes" . Los enlaces de Internet a veces se borran o modifican. No obstante, puede encontrar enlaces con contenido original en el archivo de Internet en cualquier momento retrospectivamente en <https://archive.org/web/> si introduce allí el enlace que busca.

Verifique que en las direcciones web no queden espacios en blanco dentro de la dirección.